



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Lähiruoka - käsiteanalyysi Walkerin ja Avantin mukaan

Solovieva, Lina

2012 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

Lähiruoka -
käsiteanalyysi Walkerin ja Avantin mukaan

Lina Solovieva
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Tammikuu, 2012

Lina Solovieva

Lähiruoka - käsiteanalyysi Walkerin ja Avantin mukaan

Vuosi	2012	Sivumäärä	51
-------	------	-----------	----

Lähiruoka on kasvava trendi elintarvikemarkkinoilla. Syynä tähän on muun muassa kuluttajien lisääntyvä tietoisuus ruoantuotannon eettisistä ja ympäristövaikutuksista. Väestön koulutus- ja tulotason kohentuessa kiinnostavat ruoan laatu, ekologisuus ja vaikutukset paikalliseen talouteen yhä enemmän. Lähiruoka käsitteenä on kuitenkin suhteellisen uusi ja vakiintumaton. Tämän tutkielman tavoitteena oli löytää lähiruokan käsitteelle toimiva määritelmä käsiteanalyysin avulla. Tutkielman tulokset on tarkoitettu SULOIN-hankkeen (Sustainable Logistics through International Networking) Laurean osaprojektin WP3: Developing distribution systems for the food industry käyttöön.

Tutkimusmenetelmänä on käytetty John Wilsonin vuonna 1963 luomaa käsiteanalyysimenetelmää, jota Walker ja Avant ovat myöhemmin muokanneet ja kehittäneet. Se on laadullinen tutkimusmenetelmä, jonka puitteissa ongelmaa lähestytään kielellisesti. Sen avulla voidaan tutkia käsitteiden eri merkityksiä ja käyttötapoja ja määritellä käsitteiden tärkeimmät ominaispiirteet. Walkerin ja Avantin käsiteanalyysi auttaa selkiyttämään käytettäviä käsitteitä niin, että ne tarkoittavat kaikille samoja asioita, eikä merkitys muutu käyttäjästä riippuen. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää mitä lähiruoka tarkoittaa toimitusketjun eri toimijoille. Tarkastelemalla lähiruoka-käsitteen eri käyttötapoja käsiteanalyysin avulla lähiruokaan liittyvistä piirteistä pyrittiin erottelamaan sellaisia ominaisuuksia, jotka olisivat yhteisiä kaikille tai useimmille käsitteen käyttötavoille ja jotka kuvaisivat lähiruokan käsitteen sisältöä parhaiten.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan globaalin elintarvikejärjestelmän syntyä, rakennetta ja kehitystä. Elintarvikejärjestelmä on kokonaisuus, joka muodostuu kaikista ruoan tuotantoon ja kulutukseen liittyvistä vaiheista ja toimijoista, kuten viljelystä, jalostuksesta ja kaupasta. Teoreettisessa viitekehyksessä pohditaan myös tavanomaisen ja vaihtoehtoisten elintarvikejärjestelmien etuja ja haittoja. Lisäksi lähiruokan tämänhetkistä asemaa Suomen elintarvikemarkkinoilla käydään läpi esittelemällä lähiruokan tuottajat, kuluttajat ja jakelukanavat.

Tutkielman keskeisin johtopäätös on, että lähiruokalla tarkoitetaan yksinkertaisesti ruokaa, joka on tuotettu maantieteellisesti lähellä. Kuluttajat ja tuottajat ovat yhtä mieltä siitä, että lähiruokan koko matkan ”pellolta pöytään” on oltava mahdollisimman lyhyt, mutta mitään tiettyä kilometrimäärää ei ole määritelty. Kuluttajatutkimusten mukaan suurin osa kuluttajista voisi pitää lähiruokana noin sadan kilometrin säteellä tuotettua ruokaa, mutta moni on kuitenkin sitä mieltä, ettei kovin tarkkaa rajausta tarvita. Kuluttajat pitävät olennaisempana sitä, että lähiruoka on tuotettu suhteellisen lähellä, kuten oman maakunnan sisällä ja ettei toimitusketjuun kuulu turhia kuljetuksia tai välikäsiä. Lähiruokana pidetään yleensä peruselintarvikkeita, kuten tuoreita vihanneksia, lihaa tai kalaa, ja sen tärkeimpiä ominaisuuksia ovat tuoreus, turvallisuus, alkuperän jäljitettävyyden sekä myönteinen vaikutus paikalliseen talouteen.

Asiasanat: käsiteanalyysi, elintarvikeala, elintarvikejärjestelmä, lähiruoka, ruoantuotanto

Lina Solovieva

Local Food - Concept Analysis According to Walker & Avant

Year	2012	Pages	51
------	------	-------	----

Local food is a rising trend in the food market. The main reasons for the interest in the local produce are consumers' growing consciousness of the ethical and environmental perspectives of the food production. As the levels of education and income of the population rise, their concerns for the quality and impact of food on ecology and the local economy are also increasing. Still, the concept of local food is relatively new and rather unestablished. The objective of this study was to examine the meaning of the concept from the point of view of different parties involved in the food supply chains. The aim was to provide topical information on the local food for Laurea's subproject WP3 under the heading Developing Distribution Systems for the Food Industry, which is a part of the project SULOIN (Sustainable Logistics through International Networking).

The study is based on the concept analysis according to Walker & Avant. This is a technique which examines the different uses of the concept and enables differentiating the most essential elements. The material for the research was collected from various literature sources.

The theory section of the study discusses the formation, development and structure of the global food system. The global food system consists of all the operations and workers involved in food production, processing, distribution and consumption. Also the alternative food systems are described in comparison with the so called traditional food chains. The theory section ends with a brief summary of the current position of local food in the Finnish food market. The producers, consumers and distributors of local food are described.

The main result of the research was that local food is food which is produced and consumed within a narrow geographical area. Both producers and consumers of the local food agree that the distance the food travels "from field to fork" should be as short as possible. Nevertheless, there is no specific radius from the market which would be widely used to define local food. The results indicated that there is no need for establishing an exact distance. The most essential part of the definition of the local food is that it must be delivered to the market as directly as possible without any unnecessary haulage or warehousing. Also freshness, safety, information of origin and positive influence on the local economy are considered to be significant elements in the concept of local food.

Keywords: concept analysis, food industry, food system, local food, local produce

Sisällys

1	Johdanto.....	6
1.1	Tutkielman tausta, tutkimusongelma ja rajaus.....	6
1.2	Tutkimusmenetelmä.....	7
1.3	Tutkielman rakenne.....	9
1.4	Tutkielman keskeiset käsitteet.....	10
2	Elintarvikejärjestelmät.....	12
2.1	Tavanomainen vs. vaihtoehtoinen elintarvikejärjestelmä.....	12
2.2	Lähi- ja vastakäsitteiden tarkastelu.....	16
2.2.1	Tuottajat ja elintarvikeyritykset.....	17
2.2.2	Asiakkaat.....	18
2.2.3	Vähittäiskauppa.....	20
2.2.4	Suurkeittiöt.....	21
2.3	Keskittetty vs. hajautettu jakelujärjestelmä.....	22
2.3.1	Hajautetun jakelumallin erityishaasteita.....	24
2.3.2	Esimerkkejä vaihtoehtoisista jakelumalleista.....	25
3	Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät.....	27
3.1	SULOIN-hanke.....	27
3.2	Käsiteanalyysimenetelmä.....	28
4	Walkerin ja Avantin käsiteanalyysi ja tulokset.....	30
4.1	Käsitteen valinta.....	30
4.2	Analyysin tavoitteiden määrittely.....	31
4.3	Käsitteen kaikkien käyttötapojen kartoittaminen.....	32
4.4	Käsitteen ominaispiirteiden nimeäminen.....	37
4.5	Malliesimerkin laadinta.....	39
4.6	Lähi- ja vastakäsitteiden tarkastelu.....	41
4.7	Ennakkoehdojen ja seurausten tunnistaminen.....	43
4.8	Empiiristen tarkoitteiden nimeäminen.....	44
5	Johtopäätökset.....	44
5.1	Tulosten tarkastelu.....	44
5.2	Itsearviointi.....	45
5.3	Jatkotutkimusaiheet.....	46
	Lähteet.....	47
	Kuviot.....	50
	Taulukot.....	51

1 Johdanto

Johdanto-osuudessa esittelen tutkielmani lähtökohtia ja tavoitteita. Muotoilen tutkimusongelmani ja kerron käyttämästäni tutkimusmenetelmästä. Kuvailen lisäksi lyhyesti tutkielmani rakennetta sekä määrittelen keskeisimmät käsitteet.

1.1 Tutkielman tausta, tutkimusongelma ja rajaus

Lähiruoka on kasvava trendi elintarvikemarkkinoilla. Syynä tähän on muun muassa kuluttajien lisääntyvä tietoisuus ruoantuotannon eettisistä ja ympäristövaikutuksista. Väestön koulutus- ja tulotason kohentuessa kiinnostavat ruoan laatu, ekologisuus ja vaikutukset paikalliseen talouteen yhä enemmän. Pienten ja hajallaan sijaitsevien tuottajien on kuitenkin vaikeaa saada tuotteitaan mukaan olemassa oleviin keskitettyihin elintarvikejärjestelmiin, eivätkä tuottajat ja kuluttajat tunnu löytävän toisiaan. Itse kiinnostuin ruoan tuotannon ja kulutuksen vaikutuksista ympäristöön ja yhteiskuntaan jo ennen kuin valitsin lähiruoan opinnäytetyöni aiheeksi. En kuitenkaan ollut tätä ennen tutkinut asiaa systemaattisesti ja halusin tietää lisää vaihtoehtoisista ruoan tuotantotavoista ja jakelukanavista.

Etsiessäni aihetta opinnäytetyötäni varten osallistuin Laurean opinnäytetyöpajaan ja sain tietää meneillään olevasta SULOIN-hankkeesta, joka muun muassa tutkii elintarvikeyritysten toimintaa. Keskusteltuani hankkeen projektipäällikön kanssa kävi ilmi, että lähiruoka on aihe, jonka tutkiminen olisi kiinnostavaa myös SULOIN-hankkeen kannalta. Päätin siis ottaa lähiruoan opinnäytetyöni aiheeksi ja ohjaavan opettajani neuvosta päädyin tutkimaan nimenomaan lähiruoan käsitettä käsitteanalyysin avulla.

Laurea osallistuu SULOIN Sustainable Logistics through International Networking -hankkeeseen kahden muun ammattikorkeakoulun (Kymenlaakson AMK ja Lahden AMK) ja Päijät-Hämeen liiton kanssa. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu vastaa osaprojekteista WP1: International network of sustainable logistics clusters ja WP0: Coordination, Dissemination and Project management, joiden tavoitteena on kehittää Etelä-Suomen logistiikkaklustereiden osaamisrakennetta, kilpailukykyä ja ekologisuutta kansainvälisen verkostoitumisen kautta. Lahden ammattikorkeakoulun osaprojekti WP2: Solving logistical problems of Southern Finnish forest industry supply chains through theory, domestic & international benchmarking and networking pyrkii puolestaan kehittämään eteläsuomalaisten metsäteollisuusyhtiöiden toimitusketjujen sujuvuutta, kannattavuutta ja kansainvälistä kilpailukykyä. (Nurminen 2010, 2.)

Laurea vastaa osaprojektista WP3: Developing distribution systems for the food industry, joka keskittyy erityisesti elintarvikealan jakelujärjestelmien kehittämiseen. Lähtökohtana on tu-

tustuminen alan toimintatapoihin ottamalla hankkeeseen mukaan elintarvike- ja logistiikka-alan yrityksiä. Myös muissa osaprojekteissa syntyvien verkostojen jakelustrategiaesimerkkejä hyödynnetään Laurean kehityshankkeissa. Elintarvikealan jakelujärjestelmistä kerätään tietoa tutkimalla yhteistyöyritysten toimintaa. Järjestelmät kuvataan ja analysoidaan ja tulosten perusteella etsitään tapoja kehittää logistiikkatoimintojen tehokkuutta ja ekologisuutta. Tavoitteena on löytää toimintamalleja, joilla voidaan luoda kullekin yritykselle sopiva, menestyksenkäs jakelukanavastrategia. (Kitinprami 2011, 11-12.)

Tämän tutkielman tavoitteena oli tuottaa pohjatietoa SULOIN-hanketta varten. Lähiruoka kuuluu tiiviisti ja yhä enenevässä määrin elintarvikealaan, mutta on ilmiönä uusi ja siksi vielä melko vähän tunnettu. Tutkimusongelmanani oli näin ollen lähiruokan käsitteen määrittely. Lähiruokalle ei ole tarkkaa määritelmää ja eri toimijat ymmärtävät sen eri tavalla ja liittävät siihen eri ominaisuuksia. Halusin löytää vastauksen kysymykseen, mitä lähiruoka tarkoittaa. Saadakseni kokonaiskäsityksen lähiruokasta minun täytyi etsiä kaikkien sen toimitusketjuun osallistuvien toimijoiden tavat määritellä lähiruokaa. Oli nimittäin oletettavaa, että esimerkiksi pienviljelijä ja vähittäiskauppakettijun hankintavastaava antavat lähiruokalle erilaiset merkitykset. Käsitteen eri käyttötapoja tarkastelemalla pyrin erottelamaan lähiruokaan liittyvistä piirteistä sellaisia ominaisuuksia, jotka olisivat yhteisiä kaikille tai useimmille käsitteen käyttötavoille ja jotka kuvaisivat parhaiten lähiruokan käsitteen luonnetta.

1.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä käytin John Wilsonin vuonna 1963 luomaa käsiteanalyysimenetelmää, jota Lorraine Olszewski Walker ja Kay Coalson Avant ovat myöhemmin muokanneet ja kehittäneet. Tämä on laadullinen tutkimusmenetelmä, jonka puitteissa ongelmaa lähestytään kielellisesti ja jonka aineistoa tai tuloksia ei voida esittää numeroin. Käsitteiden eri merkityksiä ja käyttötapoja tutkiva ja kokoava käsiteanalyysi oli tutkimusongelmani luonteen huomioon ottaen tarkoituksenmukainen metodi, koska lähiruokalta puuttuu vielä tarkka määrittely ja tieto sen asemasta ja ominaisuuksista on hajanaista. Lähiruoka-käsitteen ymmärtäminen edellytti lähiruokan käsitteen tarkastelua eri toimijoiden näkökulmasta ja lähiruokan erityispiirteiden selvittämistä. (Nuopponen 2010, 247.)

Lähiruokan käsitteen tarkan määritelmän puute aiheuttaa sen, että lähiruokan etuja ja kustannuksia on vaikeaa arvioida yksityiskohtaisesti. Lisäksi lähiruokan merkitystä elintarvikealalla on hankalaa määrittää ja eri tuottajien ja tuotantomenetelmien objektiivinen vertailu on monimutkaista määrittelytapojen kirjavuuden vuoksi. Lähiruokaliiketoiminta ei ole aina selvästi erotettavissa elintarvikeyritysten muusta tuotannosta, eikä lähiruokan käyttöä voi irrottaa kuluttajien yleisestä ostoskäyttäytymisestä. (Jones, Comfort & Hillier 2004, 330.)

Käsiteanalyysi on erittäin hyödyllinen teorianmuodostuksen apukeinona, koska analyysi selkiyttää käsitteitä niin, että ne tarkoittavat kaikille samoja asioita, eikä käsitteen merkitys muutu käyttäjästä riippuen. Näin käsiteanalyysi helpottaa kommunikointia tutkijoiden kesken. Käsiteanalyysi voi toimia myös tutkimusprojektin pohjana, sillä analyysin avulla tutkija saa tietoonsa tutkimuksessa käytettävien käsitteiden ominaispiirteet, mikä auttaa tutkimuksen rajausta. Ominaispiirteiden selvittäminen helpottaa lisäksi tutkimusvälineiden ja mittareiden kehittämistä. (Walker & Avant 1992, 39-40.)

Walkerin ja Avantin käsiteanalyysi etenee kahdeksan eri vaiheen kautta, joita ovat: 1) Käsitteen valinta, 2) Tavoitteiden määrittely, 3) Käsitteen eri käyttötapojen kartoittaminen, 4) Ominaispiirteiden nimeäminen, 5) Malliesimerkin laadinta, 6) Lähi- ja vastakäsitteiden tarkastelu, 7) Ennakkoehtojen ja seurausten tunnistaminen, 8) Empiiristen tarkoitteiden nimeäminen. Analyysin edetessä voidaan tarpeen mukaan palata edeltäviin vaiheisiin ja täydentää aineistoa uudella materiaalilla. (Walker & Avant 1992, 41.)

Aineistonkeruussa käytin kaikkia saatavilla olevia tietolähteitä. Aloitin perehtymällä Keravan kaupunginkirjaston ja Laurean kirjaston valikoimissa oleviin lähiruokaa käsitteleviin teoksiin. Huomasin, että erityisesti lähiruokaan keskittyviä painettuja kirjoja on melko vähän. Luin tarkkaan kaiken löytämäni saadakseni käsityksen siitä, missä yhteyksissä lähiruoka-käsite esiintyy. Tämän jälkeen kävin Laurean kirjaston informaation tiedonhakuohjauksessa, jolloin sain ohjeita Googlen vapaasanahaun tekoon ja Nelli-tiedonhakuportaalin käyttöön.

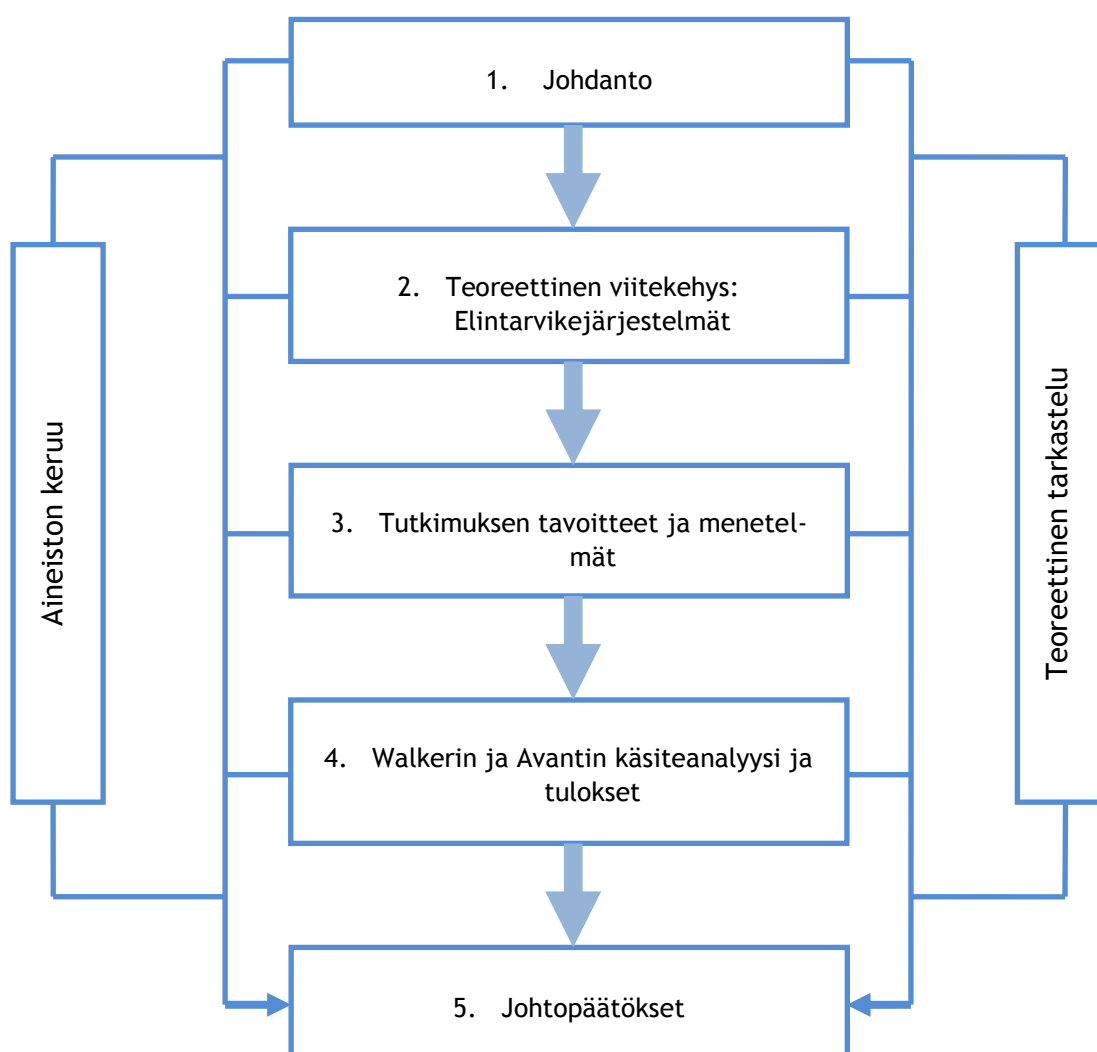
Vapaata internet-hakua tehdessä lähiruoka-sanalla löytyi 126 000 tulosta, joita kaikkia olisi ollut mahdotonta käydä läpi. Huomasin kuitenkin että kaikki lähteet eivät ole yhtä laadukkaita ja päätin keskittyä tutkimaan pääasiassa niitä, joiden takana oli jokin tunnettu organisaatio, kuten Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, Kuluttajatutkimuskeskus ja Sitra. Näistä lähteistä löysin muun muassa raportteja tutkimuksista, joissa on selvitetty päättäjien ja kuluttajien suhtautumista lähiruokaan. Näiden avulla pystyin jo vertailemaan eri toimijoiden näkemysten eroja ja yhtäläisyyksiä sekä heidän lähiruokaan liittämiään odotuksia.

Kun olin saanut pohjatiedot yllä mainittujen kaltaisten kotimaisten julkaisujen avulla, siirryin etsimään täydentävää tietoa Nelli-tiedonhakuportaalista. Laurean Nelli tarjoaa opiskelijoille pääsyn kymmeniintuhansiin e-kirjoihin, tuhansiin eri alojen lehtiin, viitetietokantoihin yms. Halusin selvittää lähiruokan käsitteen käyttötapoja ulkomaisissa lähteissä. Tässäkin tapauksessa osumien määrä oli hyvin suuri; hakusanoilla ”local food” tuli 360 937 osumaa, vaikka rajoitin hakua valitsemalla aihealueeksi Matkailun ja ravitsemisalalan sekä tietokannoiksi ABI/Informin (ProQuest), EBSCO:n, Emerald Journalsin ja Ebraryn. Koska kaikkia tuloksia ei voinut käydä läpi, turvauduin Nellin relevanssikertoimeen ja perehdyin niihin, jotka sen mukaan olivat kaikkein osuvimpia. Tähän joukkoon osui niin e-kirjoja kuin lehtiartikkeleitaakin.

Havaitsin pian, että relevanssikerroin oli luotettava ja sen ensimmäisiksi nostamat tekstit erittäin käyttökelpoisia. Kävin läpi noin 50-70 erilaista lähdetekstiä ja poimin niistä käsiteanalyysissa käytettäviksi noin 20, joissa lähiruoan määrittelyä käsiteltiin laajimmin. En ottanut mukaan enempää kirjallisuutta, koska huomasin, ettei lähteiden määrän kasvattaminen tuonut enää uutta tietoa, vaan lähiruoka-käsitteen määritelmät alkoivat toistua samankaltaisina.

1.3 Tutkielman rakenne

Tutkielma koostuu viidestä osasta, jotka on esitelty kuviossa 1. Lähestymistapani lähiruoan käsitteeseen oli teoreettinen. Keräsin tietoa lähiruoasta lähes koko prosessin ajan, sillä käsiteanalyysin edetessä aiheesta löytyi uusia näkökulmia, joita tutkiakseni tarvitsin lisätietoja.



Kuvio 1: Tutkielman rakenne

Johdanto-osuuden jälkeen esittelen tutkielmani teoreettisen viitekehyksen, joka on globaali ruokajärjestelmä. Sen avulla yritän selvittää miten nykyinen ruokajärjestelmäkokonaisuus on syntynyt ja mitkä tekijät ovat johtaneet sen muotoutumiseen nykyisenlaiseksi. Päätin ottaa tämän näkökulman, koska lähiruoka on vain pieni osa maailman ruokavirtoja ja mielestäni oli loogista tarkastella suurempaa kokonaisuutta asettaakseni lähiruoan oikeaan kontekstiin ja nähdäkseni mikä on sen osuus koko ruokajärjestelmässämme. Valitsin juuri tämän näkökulman myös siksi, että globaalin ja paikallisen ruoan välillä vallitsee vastakkainasettelu, jossa nämä käsitteet määritellään keskinäisten erojensa avulla, kuten esimerkiksi: ”lähiruoka *ei* matkusta pitkiä matkoja asiakkaan luokse”. Tällä tavoin globaali ruokajärjestelmä muodostaa keskustelussa lähiruoan vastaparin, joka on tunnettava kaikkien lähiruoan ominaisuuksiin liittyvien argumenttien ymmärtämiseksi.

Luvussa 3 esittelen yksityiskohtaisesti Walkerin ja Avantin käsiteanalyysin rakenteen sekä tavoitteet ja luvussa 4 käytän edellä mainittua analyysimenetelmää lähiruoan käsitteen eri käyttötapojen kartoittamiseen ja tärkeimpien ominaisuuksien erottelamiseen. Yhteenvetoni ja johtopäätökseni tutkielman aikana keräämästäni ja analysoimastani aineistosta esittelen viimeisessä viidennessä luvussa.

1.4 Tutkielman keskeiset käsitteet

Lähiruoka on tutkielmani pääkäsite, jonka merkityksen tarkasteluun syvennyn luvussa 4 käsiteanalyysin avulla. Lähiruoan käsitteelle ei vielä ole olemassa vakiintunutta määritelmää ja sillä voidaan tarkoittaa eri asioita käyttäjästä ja asiayhteydestä riippuen. Joillekin lähiruoka on vain omassa kunnassa tuotettuja elintarvikkeita, toiset pitävät kaikkea suomalaista ruokaa lähiruokana ja jonkun mielestä se voi tarkoittaa jopa koko EU:n alueelta peräisin olevaa ruokaa. Tässä tutkielmassa selvitän käsiteanalyysin avulla mitä lähiruoalla tarkoitetaan yleisimmin ja mitä odotuksia eri toimijat kohdistavat siihen. Lähiruokaan liittyvät esimerkiksi sellaiset ominaisuudet kuin paikallisuus, tuoreus, puhtaus ja eettisyys.

Suomen lainsäädännössä lähiruokaa ei ole määritelty erikseen, vaan lähiruoan tuotantoa säätelevät yleisesti elintarviketoimintaan kohdistuvat lait. Lainsäädäntöön liittyy sekä kansallisia että EY-säädöksiä, joiden lähtökohtana on kuluttajan turvallisuus. Ensijainen vastuu on elintarvikealan toimijoilla, mutta turvallisuus on varmistettava koko toimitusketjussa. Lisäksi kuluttajalla on taloudellinen suoja, jonka tarkoituksena on varmistaa että kuluttaja saa haluamansa tuotteen. Esimerkiksi laatu ei saa poiketa totutusta, eikä pakkausmerkinnöissä saa olla virheellistä tietoa. Käytännössä lainsäädännön vaatimukset on huomioitava tuotteiden varastoinnissa, kuljetuksessa, jalostuksessa ja myynnissä. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 23.)

Käsiteanalyysi, jonka avulla toteutan tutkielmani, on laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä. Se on kehitetty teorianmuodostuksen avuksi jo 1960-luvulla ja on edelleen käytössä eri tutkimusaloilla esimerkiksi silloin, kun tutkimuksessa käytettävä käsite kaipaa selkiytystä. Sen tarkoituksena on varmistaa, että kaikki tutkimukseen osallistuvat ja tutustuvat ymmärtävät ko. käsitteellä samoja asioita. Tekemällä käsiteanalyysin saadaan selville käsitteen todellinen käyttötarkoitus sekä määritellään ne ominaisuudet, jotka erottavat tutkittavan käsitteen kaikista muista sitä jollain tavoin muistuttavista käsitteistä. Näin vältetään sekaannuksilta ja sujuvoitetaan tutkittavasta aiheesta käytävää keskustelua. (Puusa 2008, 36.)

Lähiruoka-käsitettä analysoidessani keskeiseksi käsitteeksi nousi paikallisuus. Se viittaa sekä lähiruoan määritelmään että sen ominaisuuksiin. Lähiruoka on paikallista ruoka ja sen ominaisuuksiin kuuluu, että se tuotetaan ja kulutetaan paikallisesti. Paikallisuus viittaa tässä niin fyysiseen välimatkaan tuottajan ja kuluttajan välillä, joka ei saa lähiruoan tapauksessa olla kovin pitkä, kuin myös toimitusketjun pituuteen ja välikäsien määrään, jotka pyritään rajaamaan pienimpään mahdolliseen.

Toimitus- tai tarjontaketju on tärkeä käsite lähiruokaa käsitellessä. Tässä tutkielmassa ruoan toimitusketjulla tarkoitetaan kaikkia toimijoita, joiden kautta ruoka kulkee ennen päätymistään kuluttajan pöytään tai ostoskoriin. Tuotteesta riippuen ketju alkaa alkutuottajasta, kuten viljelijästä tai karjatilan omistajasta. Jotkut tuotteet päätyvät kuluttajille suoraan tilamyynnin kautta, kuten esimerkiksi itsepoimittavat mansikat, toiset kuljetetaan myyntiin toireille ja markkinoille tai tukkuihin. Monet tuotteet vaativat jalostajaa ennen myyntiin laskua, esimerkiksi lihatuotteet kulkevat turvallisuussyistä teurastamon ja leikkaamon kautta, maitotuotteet valmistetaan meijereissä ja viljatuotteet leipomoissa. Näillä toimijoilla voi olla omia myymälöitä tai ne saattavat viedä tuotteitaan eteenpäin myytäväksi esimerkiksi vähittäiskauppoihin tai ravintoloihin. Mainitun kaltaiset toimijat muodostavat erilaisia kullekin tuoterhyhmälle ominaisia toimitusketjuja. Lähiruoan ollessa kyseessä on oleellista, että jakelussa käytetään vain välttämättömiä väliportaita, eikä tuotteita kierrätetä turhaan useiden varastojen kautta.

Lähiruokaan liittyvät olennaisesti myös sellaiset käsitteet kuin jäljitettävyyys ja alkuperä. Ne ovat sidoksissa siihen, että ruoka on paikallista ja tulee kuluttajalle lyhyen toimitusketjun kautta. Tällöin ruoan alkuperä on jäljitettävissä ja asiasta kiinnostuneet asiakkaat voivat helposti ja nopeasti saada tietoa siitä, miltä alueelta ja miltä tilalta ruoka on peräisin. Asiakkaat voivat halutessaan tutustua henkilökohtaisesti ruoan tuottajaan ja selvittää, missä olosuhteissa ja millä keinoin ruoan tuotanto todella tapahtuu.

Kaikki ruoan tuotantoon ja kulutukseen liittyvät vaiheet ja toimijat, kuten viljely, jalostus ja kauppa, muodostavat kokonaisuuden, joka on elintarvikejärjestelmä. OECD:n määritelmän

mukaan ”Elintarvikejärjestelmä on niiden suhteiden ja toimintojen kokonaisuus, jonka osien vuorovaikutuksen tuloksena määrittyy mitä, kuinka paljon, millä menetelmällä ja kenelle ruokaa tuotetaan ja jaetaan” (Silvasti 2006, 185). Käsittelen nykyisen ruokajärjestelmän syntyä ja vaihtoehtoisia järjestelmiä tarkemmin luvussa 2.

2 Elintarvikejärjestelmät

Tässä luvussa esittelen tutkielmani teoreettista tietopohjaa. Teoreettisena viitekehyksenäni toimivat globaalit ja paikalliset elintarvikejärjestelmät, jotka muodostuvat kaikista erilaisista ruoan tuotanto- ja jakelujärjestelmistä ja joiden osa myös lähiruoka on. Kerron lyhyesti miten nykyinen globaali elintarvikejärjestelmä on kehittynyt ja käsittelen syitä vaihtoehtoisten ruokajärjestelmien syntyyn.

2.1 Tavanomainen vs. vaihtoehtoinen elintarvikejärjestelmä

Elintarvikejärjestelmä muodostuu ruoan alkutuotannosta, jalostuksesta, kaupasta ja kulutuksesta sekä näitä säätelevistä instituutioista. Nykyinen järjestelmä on vahvasti globalisoitunut, mistä tärkeimpänä osoituksena on se, ettei maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden kauppaa pystytä enää säätelemään kansallisesti, vaan päätöksenteko on siirtynyt kansainvälisille organisaatioille, kuten Maailman Kauppajärjestölle WTO:lle (World Trade Organization). Lisäksi elintarvikkeilla käydään kauppaa yhä enemmän yli rajojen ja kaupan esteitä on säännönmukaisesti purettu. Globalisaatiosta viestii myös se, että elintarvikealalle on muodostunut suuria ylikansallisia yrityksiä. (Sireni 2007, 9.)

Edellä mainittua globaalia elintarvikejärjestelmää voidaan pitää tavanomaisena ja siitä poikkeavia elintarvikejärjestelmiä vaihtoehtoisina. Tavanomaisesta puhuttaessa viitataan usein elintarvikkeiden teolliseen massatuotantoon, standardoituihin tuotteisiin sekä pitkiin ja läpinäkyvättömiin toimitusketjuihin, jotka eivät herätä kuluttajien luottamusta. Vaihtoehtoisuuteen taas liitetään erilaisia positiivisia ominaisuuksia, kuten tuotteiden korkeamman laadun, jäljitettävyyden, paikallisuuden ja tarjontaketjun lyhyiden. Vaihtoehtoisina pidetään esimerkiksi luomua luonnonmukaisen tuotantotavan vuoksi ja paikallista ruoantuotantoa ja jakelua, eli lähiruokaa, siihen liittyvien toimintojen keskinäisen maantieteellisen läheisyyden takia. Vaihtoehtoisuus siis määritellään sekä itse ruokaan liitettyjen ominaisuuksien (paikallisuus, laatu), että ruoan tuotantoon ja jakeluun liittyvien (tarjontaketjun lyhyys, suora kontakti tuottajan ja kuluttajan välillä) ominaisuuksien kautta. (Sireni 2007, 10-11.)

Globaali elintarvikejärjestelmä on syntynyt poliittisten ja taloudellisten intressien vuorovaikutuksesta, sosioekonomisten, biologisten ja kulttuuristen olosuhteiden sääntelyn tuloksena. Globalisaatio ei ole uusi ilmiö, vaan ruokaan liittyvä sääntely on pitkään ollut kansainvälistä

ja nykyisen elintarvikejärjestelmän rakenteet on peräisin kolonialistiselta ajalta. Tuolloin eurooppalaiset hallitsivat suurinta osaa maailmasta ja muokkasivat alusmaidensa ruoantuotantoa omien tarpeidensa mukaan. (Silvasti 2006, 185.)

1800-luvun lopulla englantilaiset perustivat Länsi-Afrikkaan ja Länsi-Intiaan laajoja monokulttuurisia (samaa kasvia vuodesta toiseen samoilla pelloilla kasvattavia) plantaaseja, joista saatiin raaka-aineita lähinnä emämaan saippua- ja sokeriteollisuuden tarpeisiin. Englantilaisen keskiluokan vaurastuessa, alettiin sille tuottaa eksoottisia tuotteita, kuten kahvia, teetä, kaakaota ja banaaneja. Maatalous ei ollut enää paikallisten asukkaiden elinkeino ja ravinnon lähde, vaan siirtomaaisäntien keino rikastua. (Silvasti 2006, 186.)

Vaikka siirtomaat palauttivat poliittisen itsenäisyytensä toisen maailmansodan jälkeen, kolonialismin aikana rakennetut taloudelliset ja tuotannolliset järjestelmät jäivät voimaan. Peruselintarvikkeiden tuotanto oli alikehittynyttä, koska siirtomaiden maataloutta oli kehitetty määrätietoisesti tuottamaan eksoottisia elintarvikkeita vientiä varten. Vientituotteiden hinnat maailmanmarkkinoilla alkoivat kuitenkin laskea pian. Tämä yhdessä laajenevan maailmankaupan ja pohjoisen pallonpuoliskon vahvasti tuetun maatalouden kanssa on pidemmällä aikavälillä ollut kehitysmaiden elintarviketuotannon kehityksen kannalta tuhoisaa. Moni entinen alusmaa on joutunut riippuvaiseksi elintarvikkeiden tuonnista ja ruoka-avusta vaikka samaan aikaan maataloustuotteita (kahvi, hedelmät yms.) tuotetaan vientiin. Itse asiassa globaalissa elintarvikejärjestelmässä ruoka on monien kolmannen maailman maiden tärkeimpiä vientituotteita. Esimerkiksi Intia vie vuosittain miljoonia tonneja vehnää ja riisiä, vaikka noin 225 miljoonaa maan asukasta näkee nälkää. (FAO 2011; Silvasti 2006, 186.)

Länsimaiden tarpeita vastaavaksi kehitetyssä elintarvikejärjestelmässä maataloutta ja ruoantuotantoa pidetään massateollisuutena. Järjestelmä toimii niiden ehdoilla, joilla on ostovoimaa ja tuotannon tulokset on saatu korkeiksi suurilla panoksilla kuten lannoitteilla, torjunta-aineilla ja maatalousteknologialla. Viimeisten 50 vuoden aikana ruoan tuotantoa on pystytty kasvattamaan moninkertaiseksi ja nykyinen tehomaatalous tuottaa valtavasti suhteellisen edullisia massahyödykkeitä. Silti maailmassa elää 850 miljoonaa aliravittua ihmistä YK:n elintarvike- ja maatalousjärjestön FAO:n (Food and Agriculture Organization of the United Nations) arvion mukaan. Nälkäongelman taustalla ei olekaan ruoan määrä, vaan sen erittäin epätasainen jakautuminen. Samaan aikaan kun vauraissa maissa kärsitään liikalihavuudesta ja sen aiheuttamista sairauksista, köyhimpien alueiden asukkailla ei ole varaa ostaa ruokaa tai investoida uusiin tuotantoa lisääviin viljelymenetelmiin. (FAO 2011; Silvasti 2006, 187.)

Maailman köyhyydessä elävistä ihmisistä suurin osa asuu maaseudulla ja äärimmäisessä köyhyydessä elävistä jopa kaksi kolmasosaa. Maataloudesta elantonsa saavien osuus on kehitysmaissa hyvin suuri, kehitysmaissa keskimäärin 60 prosenttia ja esimerkiksi Intiassa 75 prosent-

tia. Maatalouteen suunnattu kansainvälinen tuki on kuitenkin vähentynyt rajusti ja köyhimpiin, eniten nälkäongelmasta kärsiviin maihin on tehty vähiten investointeja paikalliseen maatalouteen. Ravitsemuksen taso on kuitenkin suorassa yhteydessä taloudelliseen kasvuun ja tehokkainta olisikin parantaa viljelijäkotalouksien ravitsemustilannetta, jolloin lisääntynyt työkyky edistäisi maatalouden tulosten kasvua. Ruokaturvan kannalta on tärkeää panostaa myös puhtaan veden saatavuuteen, sillä veden kulutus kaksinkertaistuu 20 vuoden välein jos kehitys jatkuu nykyisenlaisena ja vuonna 2025 jo kaksi kolmasosaa ihmisistä kärsii puhtaan veden puutteesta. Maailman vesitalouden kehitys vaikuttaa hyvin vahvasti elintarvikejärjestelmän toimintaan, sillä maatalous kuluttaa 70 prosenttia koko maailman makeasta vedestä. Tehokkaan kastelun avulla sadot voidaan moninkertaistaa ja monien maiden ruokaturva onkin riippuvaista keinokastelusta; esimerkiksi Pakistanissa 80 prosenttia ja Kiinassa 70 prosenttia ruoantuotannosta on keinokastelun varassa. (Silvasti 2006, 189-190.)

Se, ettei paikallista väestöä palvelevaa pienimuotoista maataloutta ole pidetty säilyttämisen ja tukemisen arvoisena, on vakava ongelma kolmannen maailman maissa. Niiden elintarviketuotanto ja siten kaikkein köyhimmät ihmiset ovat jääneet Maailmanpankin ja Kansainvälisen valuuttarahaston (IMF) 1980- ja 90-luvuilla vaatimien taloudellisten rakennemuutosten jalkoihin. Tuolloin kehitysmaat joutuivat muun muassa siirtymään vapaakauppaan ja avaamaan taloutensa ylikansallisille yrityksille. Näiden sopeuttamistoimien seurauksena kehitysmaiden elintarvikkeiden tuonti on lähtenyt vahvaan kasvuun ja vientiä on aktiivisesti kohdistettu teollisuusmaiden markkinoille. Näiden maiden asukkaille tämä kehitys ei ole ollut edullinen, sillä maatalouden liikevaihdosta yli puolet on ulkomaisten yritysten hallussa ja sisämarkkinoille suunnattu elintarviketuotanto on paikoin jopa vähentynyt. (Silvasti 2006, 191.)

Kansainvälisissä kauppapoliittisissa neuvotteluissa pyritään edelleen kaupan vapauttamiseen niin öljyn ja metallien kuin maataloustuotteidenkin osalta. Maataloudelta ei kuitenkaan pitäisi vaatia samanlaista kansainvälistä kilpailukykyä, kuin muilta teollisuuden aloilta. Peruselintarvikkeet ovat ihmisille elinehto ja useimmissa kehitysmaissa suurin osa väestöstä työllistyy ruoantuotannosta ja maataloudesta. Heidän tapansa hoitaa kasveja, eläimiä ja maata kuvastaa ja auttaa säilyttämään heille ominaisia kulttuuria ja perinteitä. (Laaksonen 2003, 18-19.)

Vientisuuntautunut maataloustuotanto vaarantaa kehitysmaiden ruokaturvan, kun taloudellinen hyöty valuu markkinoita hallitseville ylikansallisille yrityksille sekä suurmaanomistajille, eikä maiden omille kansalaisille haluta tai pystytä tuottamaan tarpeeksi ruokaa. Köyhien maiden ruokaturvan ja maaseudun kehityksen kannalta myös ruoan tuonti teollisuusmaista on vahingollista. Teollisuusmaista elintarvikkeita tuodaan vientitukien avulla ja niitä myydään kehitysmaiden markkinoilla paikallisia tuotteita halvemmalla, mikä ajaa paikalliset pienviljelijät pois markkinoilta ja vaikeuttaa koko maataloussektorin toimintaa. (Laaksonen 2003, 19.)

Toisen maailman maissa eli entisen Neuvostoliiton alueella ja Itä-Euroopassa maatalouden tuotanto ja reaalitulot romahtivat Neuvostoliiton hajottua ja taloudellisen ja poliittisen järjestelmien kaaduttua. Äkkiä itsenäistyneisiin maihin jääneiden maatalouden ja elintarviketeollisuuden alojen rakenteet oli muotoiltu toimimaan osana Neuvostoliiton kansantaloutta tiukasti suojatuilla markkinoilla. Eri maat olivat olleet riippuvaisia tuotantopanosten osalta keskusvallasta ja maatalous oli tehotonta samaan aikaan, kun sen tuotantokustannukset ja hintatuet korkeita ja ympäristöongelmat suuria. Itsenäistyessään eurooppalaiset valtiot olivat kuitenkin paremmassa asemassa kehittyneemmän yhteiskuntarakenteensa vuoksi ja ovat liittyttyään EU:hun ja siirryttyään markkinatalouteen pystyneet hillitsemään Neuvostoliiton romahduksen aiheuttamaa nälkäongelmaa. Esimerkiksi Venäjällä, Valko-Venäjällä ja Ukrainassa ravitsemustilanne on ollut vaikeampi ja turvataksaan ravinnonsaantinsa ihmiset ovat muun muassa siirtyneet edullisempiin elintarvikkeisiin ja lisänneet kotitarvetuotantoa. Elintarvikejärjestelmän lamaantuessa puutarhapalstaviljely on ollut erittäin tärkeä osa ihmisten ruokaturvaa poliittisen ja taloudellisen epävakauden keskellä. (Silvasti 2006, 191-192.)

Globaali elintarvikejärjestelmä perustuu ruoan massatuotantoon ja massakulutukseen ja toimii maailmanlaajuisten markkinoiden ehdoilla, joita ei pienimuotoinen tuotanto kiinnosta. Paikallisen maatalouden arvostus on erityisen vähäistä kehitysmaissa, mutta länsimaissakin kehitys on ollut samansuuntaista ja nykyisin esimerkiksi pienet luomuviljelijät kohtaavat tehostamis- ja laajentamispaineita. Maatalous on EU:n alueella niin keskittynyttä, että jo 1980-luvulla viidennes maataloista tuotti noin neljä viidesosaa koko tuotannosta. Nykyinen elintarvikejärjestelmä teollisine ruoantuotantoinen ja monokulttuurisine maatalouksineen on myös valtava rasite ympäristölle. Maatalous vie maapallon käytössä olevasta pinta-alasta noin 40 prosenttia, mikä aiheuttaa biodiversiteetin vähenemistä tuhoamalla alkuperäisten eliölajien elinympäristöä. Monokulttuurinen tuotanto vähentää luonnon monimuotoisuutta myös yksipuolistamalla maaseudun maisemaa, koska tehoviljely vaatii tehokasta maankäyttöä ja tasaisia peltoaukeita työkoneita varten. (Silvasti 2006, 203, 205-206.)

Suuntaamalla ruoan kulutusta mahdollisimman lähellä tuotettuihin elintarvikkeisiin kuluttaja voi vaikuttaa myönteisesti ympäristöönsä ja tukea alueensa taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista kehitystä sekä antaa muidenkin maiden asukkaille saman mahdollisuuden. Ruokaturvan, työllisyyden, ympäristön ja paikallisten kulttuurien kannalta on erittäin merkityksellistä, että maatalous säilyy ilman vientitukia toimivana elinkeinona niin rikkaissa, kuin köyhissäkin maissa. EU:n alueella asuvat ihmiset näkevät tärkeäksi tukea pienviljelyä ja maaseudun elinvoimaisuutta, ekologisesti kestävien tuotantomenetelmien käyttöä sekä turvallisen ja puhtaan ruoan tuotantoa. Maataloustukien tulisi perustua näihin arvoihin, eivätkä ne saisi aiheuttaa ruoan ylituotantoa ja polkumyyntiä kehitysmaihiin. (Laaksonen 2003, 21.)

Paikallisten elintarvikejärjestelmien eli lähiruoan suosiminen auttaa ylläpitämään kyseessä olevan alueen työllisyyttä ja taloutta. Se tukee niin alueen viljelijöiden, elintarviketuotteiden jalostajien kuin kauppiaidenkin toimintaa. Paikalliset ruokajärjestelmät mahdollistavat ekologisesti kestävien menetelmien käytön sekä alueelleen ominaisten maaseutumaisemien ja perinteiden säilymisen. Lisäksi kuluttaja voi helposti jäljittää lähiruoan alkuperän ja selvittää sen tekemän matkan pellolta pöytään, mikä edistää ruoan turvallisuutta. (Laaksonen, 2003, 21.)

Seuraavissa luvuissa tarkastelen paikallisen ruoantuotannon eli lähiruoan tämänhetkistä tilannetta Suomen markkinoilla. Selvitän millaista on kotimaisen lähiruoan tuotanto ja jakelu, mitkä toimijat osallistuvat lähiruoan tarjontaketjuun ja ketkä lähiruokaa kuluttavat. Vertailen myös toisiinsa keskitetyn ja hajautetun jakelujärjestelmien vahvuuksia ja heikkouksia sekä pohdin keinoja edistää lähiruoan menekkiä.

2.2 Lähiruoka Suomen ruokajärjestelmässä

Suomen koko elintarvikealan arvo on noin 7,4 miljardia euroa. Se koostuu elintarvikekaupasta (2,9 miljardia euroa) ja -teollisuudesta (2,5 miljardia euroa) sekä ravitsemistoiminnasta (2,0 miljardia euroa). Lähiruoan osuus markkinoista on noin prosentti eli 74 miljoonaa euroa ja sen arvioidaan kasvavan 100-200 miljoonaan euroon vuonna 2015. Markkinan kasvu perustuu kuluttajien lisääntyvälle tietoisuudelle ympäristön tilasta sekä entistä korkeammalle koulutus- ja tulotasolle; lähiruoan tuotanto nähdään tavallista tuotantoa puhtaammaksi ja laadukkaammaksi. (Mäkipeska & Sihvonon 2010, 5, 70.)

Markkinoita hallitsevat kansainväliset elintarvikeyritykset, joiden toiminta perustuu laajaan tehomaaatalouteen ja teolliseen massatuotantoon. Kuluttajille tarjotaan valmisruokia sekä yhä eksoottisempia makuja ja ruokatarvikkeita. Tämä kehitys on johtanut siihen, ettei ihmisten asuinpaikan ja heidän syömänsä ruoan välillä ole enää yhteyttä. Erään arvion mukaan euroopalaisen kuluttajan kaupan hyllyltä poimima elintarvike on sinne päästäkseen matkannut jo noin 4000 kilometriä. Lisäksi on arvioitu, että elintarviketuotteet päätyvät ostoskoriimme keskimäärin 33 eri käsittelyvaiheen kautta. (Jones ym. 2004, 335; Mononen 2006, 31-32.)

Suomen päivittäistavaramarkkinat ovat lähes kokonaan S- ja K-ryhmän valtaamia; S-ryhmän markkinaosuus oli viime vuonna 44,1 prosenttia ja K-ryhmän 35 prosenttia. Pienemmistä toimijoista Suomen Lähikaupalla oli yhdeksän ja Lidlillä viiden prosentin markkinaosuus. Elintarviketuotteiden osuus koko myynnistä on noin 80 prosenttia ja koska elintarvikkeiden kulutus keskittyy päivittäistavarakauppaan, kauppaketjuilla on paljon valtaa muihin elintarvikealan toimijoihin ja kuluttajien ostotapoihin. Lähiruoalle on kuitenkin muotoutumassa oma rooli ja tilaus suurten ketjujen ohessa. Kiinnostus paikallista ruoan tuotantoa kohtaan kasvaa jatku-

vasti ja lyhyen toimitusketjun elintarvikkeille on kysyntää. (Kaupan liitto 2011; Mäkipeska & Sihvonen 2010, 31.)

2.2.1 Tuottajat ja elintarvikeyritykset

Lähiruoan tuottajia löytyy ympäri Suomea, mutta noin 40 prosenttia kaikista elintarvike- teollisuuden ja maatalouden työllisistä sijoittuu Etelä- Keski- ja Pohjois-Pohjanmaan alueelle. Vuonna 2009 Suomessa laskettiin olevan 64200 tilaa, mutta määrä on laskussa. Tilojen lukumäärä on alkanut pienentyä EU:hun liittymisen myötä, samalla kun tilojen koko on lähtenyt kasvuun niin, että viljeltävä ala on pysynyt lähes samana. Suomalaista maataloutta hallitsee kasvinviljely, joka muodosti 63,6 prosenttia koko maaseututuotannosta vuonna 2009, mutta eri alueilla painottuvat eri tuotannonalat. Tuotannon kokonaisarvon perusteella Suomen maatalouden merkittävin tuotantosuunta on lypsykarja ja suhteellisesti eniten lypsykarjatiloja sijaitsee Itä- ja Pohjois-Suomessa. Arvoltaan toiseksi suurin on sianlihantuotanto ja se on keskittynyt Etelä- ja Länsi-Suomeen. Marjanviljelyä on eniten Pohjois-Savossa (15 prosenttia koko maan marjanviljelystä). Puutarhatuotanto taas keskittyy Varsinais-Suomeen, jossa sijaitsi vuonna 2007 18 prosenttia avomaaviljelmistä ja 21 prosenttia kasvihuoneviljelmistä. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 58.)

Vaihtoehtoista ruoantuotantoa painotetaan eri tavalla eri alueilla. Lähi- luomu- tai paikallisen ruoantuotannon kehittämistyötä korostetaan erityisesti Uudellamaalla, Itä-Uudellamaalla, Kanta-Hämeessä, Satakunnassa, Pohjois-Karjalassa, Keski-Suomessa, Lapissa, Kainuussa ja Etelä-Savossa. Lapissa ja Kainuussa tärkeimpinä nähdään tuotteiden omaleimaisuus ja alueelliset ruokaperinteet. Pohjois-Karjala ja Etelä-Savo taas korostavat luomutuotantoa ja Kanta-Häme ja Keski-Suomi erottuvat lähiruokamaakunniksi. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 58.)

Suomen elintarviketeollisuus koostuu suurimmaksi osaksi pienistä yrityksistä: elintarvikeyrityksiä on noin 3150 ja vain noin kymmenen prosenttia niistä työllistää yli 20 henkilöä. Suurin osa (noin kolmannes) yrityksistä on leipomoita; muita merkittäviä toimialoja ovat teurastamo- ja lihanjalostusalat sekä marjojen, vihannesten ja hedelmien jalostus. Pienimpien yritysten tuotantokapasiteetti on rajallinen ja markkina-alueena saattaa olla vain pieni kaupunki tai kylä. Jakelukanavina toimivat torit, markkinat, maatilamyymälät ja muutamat marketit. Joillekin pienyrityksille maaseutumatkailuyritykset on tärkeä myyntikanava ja yrityksen koon ja tuotannon kasvaessa voi se alkaa toimittaa tuotteitaan myös suurkeittiöiden ja suurempien vähittäiskauppojen tarpeisiin. Paikallisuus antaa pienille ja keskisuurille elintarvikealan yrityksille kilpailuetua. Asiakkaidensa lähellä toimivat yritykset tuntevat hyvin paikalliset markkinat ja pystyvät hyödyntämään oman maakunnan raaka-aineita. Lisäksi lähialueella toimiessa yrityksille ei synny lisäkustannuksia pitkistä kuljetusmatkoista eikä ylimääräisiä markkinointikuluja. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 60; Ruoka-Suomi 2006, 7.)

Yritykset tavoittelevat kuitenkin laajempia markkina-alueita, joiden saavuttaminen mahdollistaisi liikevaihdon kasvattamisen sekä tuotantomäärien ja henkilöstön lisäämisen. Suurimpina esteinä yritysten kasvulle ovat neuvotteluvoiman vähydestä johtuvat vaikeudet markkinoille pääsyssä, tiukoiksi ja vaikeaselkoisiksi koetut viranomaissäädökset, asiakkaiden riittämättömyys ja tuotteiden huono menekki. Muita toiminnan kehitystä rajoittavia tekijöitä ovat rahoituksen ja riskinottokyvyn puute sekä kuljetusten ja logistiikan toimivuuteen liittyvät ongelmat. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 60.)

2.2.2 Asiakkaat

Lähiruokaa ostavat asiakkaat voidaan jakaa seuraaviin ryhmiin: yksityishenkilöt, kaupat sekä suurkeittiöt ja ravintolat. Erityyppisillä ja -kokoisilla asiakkailla on käytössään eri jakelukanavia. Tuottajat myyvät tuotteitaan esimerkiksi omilla tiloillaan, toimittavat niitä suoraan asiakkaille tai tukkuliikkeisiin. Osa tuottajista järjestää ateriapalveluja esimerkiksi maaseutumatkailuasiakkaita varten. (Mononen & Silvasti 2006, 121.)

Tuottajien mukaan yksityisasiakkaista erityisen kiinnostuneita lähiruoasta ovat lapsiperheet, jotka muodostavatkin tutkimusten mukaan suurimman osan (noin 60 prosenttia) lähiruoan kuluttajista. Muuten lähiruokaa ostavat kuluttajat ovat melko heterogeeninen ryhmä eikä sukupuoli, ikä tai sosioekonominen asema takaa kiinnostusta lähiruoantuotantoon. Tuottajat toivovat yleensä saavuttavansa pysyvän asiakaskunnan ja näkevät henkilökohtaisen suhteen kuluttajiin antavan lähiruoalle lisäarvoa, kuten luottamusta tuotteiden puhtauteen ja turvallisuuteen. (Mononen & Silvasti 2006, 121; Ollila, Eronen, Kiviluoma, Kivinen & Käyhty 2010, 55.)

Kulutustottumukset ja kuluttajien arvot muuttuvat jatkuvasti. Tällä hetkellä muutoksiin vaikuttavat erityisesti väestön ikääntyminen, kotitalouksien rakenteen muutos, tulojen kasvu ja kaupungistuminen. Kuluttajat ovat alkaneet ilmaista arvojaan kulutuksen kautta ja esimerkiksi ostaessaan lähiruoan, luomun tai Reilun kaupan tuotteita, kuluttaja tekee ympäristöön ja eettisyyteen liittyviä arvojaan tukevia valintoja. Kaupunkien asukkaat saattavat myös etsiä kulttuurista yhteyttä maaseutuun valitsemalla mahdollisimman lähellä tuotettuja elintarvikkeita ja selvittämällä niiden alkuperää. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 11, 40.)

Kuluttajien mielestä lähiruoan määritelmään kuuluu lyhyt toimitusketju. Kilometreissä mitattuna ruoka voi kulkea pidempääkin, mutta olennaista on, ettei se kierrä turhaan keskusliikkeiden tukkujen kautta, vaan tulee kuluttajalle mahdollisimman suoraan. Kuluttajat ostavat lähiruokaa päivittäistavara-kaupoista, toreilta, suoraan tuottajilta, kauppahalleista tai erikoismyymälöistä. Muita ostopaikkoja ovat esimerkiksi ruokamessut ja myyjäiset. Tulevaisuu-

nessa kuluttajat haluaisivat ostaa ruokaa enemmän Internet- sekä lähi- ja luomuruokaan erikoistuneista kaupoista tai suoraan tuottajilta. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 52, 64.)

Läheinen suhde tuottajan ja kuluttajan välillä synnyttää luottamusta ruoan laadun ja turvallisuuden suhteen. Luottamuksen säilymisen kannalta tärkeä on mahdollisuus välittömään palautteenantoon ja tuottajan tavoittamiseen. Lähiruoan tuotannon vakiintumisen ja kasvun kannalta kestäväillä asiakassuhteilla onkin erittäin suuri merkitys. Koko arvoketjuun ulottuva yhteistyö antaa myös taloudellisia hyötyjä, kun esimerkiksi sopimusten teon joustavuus antaa tuottajalle mahdollisuuden reagoida nopeasti toimintaympäristön muutoksiin. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 65.)

Elintarvikkeiden osuus kotitalouksien kaikesta kulutuksesta muodostaa noin 13 prosenttia ja se on kasvanut viime vuosina, kun kuluttajat ovat alkaneet suosia laadukkaampia tuotteita elintason nousun myötä. Lähiruokaa ostaessaan kuluttajat hankkivat lähinnä peruselintarvikkeita; ostetuimpia tuotteita ovat vihannekset ja juurekset, maitotuotteet, kanamunat, hedelmät ja marjat, viljatuotteet, lihatuotteet ja kala. Kotitaloudet käyttävät lähiruokaan vielä vasta pienen osan kaikesta elintarvikkeisiin käyttämästään rahasta: Sitran vuonna 2010 teettämään kuluttajakyselyn mukaan 60 prosenttia talouksista käyttää lähiruokaan 10-40 euroa kuukaudessa. Toisaalta vain kahdeksan vastaajaa 255:stä ei käytä rahaa lähiruokaan ollenkaan. Käytetty rahamäärä riippuu paljon iästä. Yli 60-vuotiaista 28 prosenttia ilmoitti käyttävänsä lähiruokaan 80-200 euroa kuukausittain, kun taas 1980-syntyneillä vastaava luku on kolme prosenttia. Tulotaso ei vaikuttanut kulutukseen kovinkaan paljon. Noin 20-30 prosenttia vastaajista kertoi käyttävänsä lähiruokaan 80:stä yli 300 euroon kuukaudessa tuloluokasta (20 000-40 000, 40 000-60 000, 60 000-80 000 ja 80 000 - 100 000 eur/kk) riippumatta. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 12, 47-48.)

Vastaajien kotitalouden rakenteella näyttää olevan selvä vaikutus lähiruokaostoksiin. Yksinhuoltajista puolet vastasi käyttävänsä lähiruokaan 10-20 kuussa, kun enemmistö (80 prosenttia) lapsiperheistä käyttää 10-150 euroa. Lähiruokaa piti itselleen liian kalliina noin 17 prosenttia vastaajista ja noin 37 prosenttia koki lähiruoan hinnan yleisesti liian korkeaksi. Hinnan merkitys ei kuitenkaan ole kovin suuri ostospäätöstä tehdessä, sillä yli 53 prosenttia vastaajista ei pitänyt hintaa ratkaisevana tekijänä valitessaan lähiruoan. Suurin este lähiruoan käytölle ei ehkä löydykään kuluttajien tuloista tai iästä vaan lähiruoan huonosta saatavuudesta. Sen ilmoitti esteeksi suurin osa (52 prosenttia) vastaajista ja syynä oli se, ettei lähiruokaa löydy omasta päivittäistavarakaupasta tai sitä on kaupassa vaikeaa tunnistaa. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 48, 50.)

2.2.3 Vähittäiskauppa

Lähiruoan saaminen kauppojen hyllyille on tuottajien kokemusten mukaan aikaa vievä ja vaivalloinen prosessi. Suurten kauppaketjujen toimitusjärjestelmiin on vaikeaa päästä mukaan, mutta sopimuksen synnyttyä kysyntää on ollut jatkuvasti ja järjestely osoittautunut toimivaksi. Lähiruoan tuotanto onkin vaatinut tuottajilta yrittäjämäisempää otetta kuin perinteisessä tuotannossa. Tuottajat joutuvat itse aktiivisesti luomaan markkinointistrategioita ja tekemään itseään tunnetuksi asiakkaiden keskuudessa, mikä korostaa kaupallisen osaamisen ja koulutuksen merkitystä. (Mononen & Silvasti 2006, 121-122.)

Tuotteiden paikallisuuden korostamista pidetään markkinoilla myynnin kannalta edullisena asiana. Vähittäiskauppiat kokevat paikalliset elintarvikkeet valikoimaa monipuolistavina ja asiakkaiden tarpeita palvelevina. Useimmiten paikallistuotteet päätyvät kaupan hyllylle kuitenkin tuottajan aloitteesta. Kauppiaille on tärkeää paikallisten toimittajien joustavuus sekä tuotteiden tuoreus ja jäljitettävyyys. Toisaalta kauppoihin pääsyä saattavat estää epäilyt pientuottajien toimitusvarmuudesta, tuotteiden tasalaatuisuudesta ja riittävydestä. (Mäkipeska & Sihvonon 2010, 32-33.)

Lähiruoan tuleva tarjonta on vaikeasti ennustettavissa, koska tuotannon kausittainen vaihtelu on suurta ja tuotteiden saatavuus epävarmaa. Tämä vaikeuttaa myös hinnoittelua ja kasvattaa hintoja ulkomaisiin tuotteisiin verrattuna erityisesti talvi- ja kevätkaudella. Avomaan tuotteiden hinnat ovat alhaisimmillaan pääsatokaudella, tarjonnan ollessa runsasta. Varastovihannesten hinnat taas nousevat varastointikauden edetessä, kun tarjonta pienenee jatkuvasti. Tuotteiden saatavuuden epätasaisuuden vuoksi niitä on vaikeaa saada mukaan suurempien jakelijoiden logistiikkajärjestelmiin, jotka perustuvat massatuotannon ja jatkuvuuden etuihin. Pienten erien tilaaminen ja vastaanottaminen eri toimijoilta kasvattaa väistämättä kustannuksia. Lisäksi lähiruoan tuotanto ei ole tarpeeksi erikoistunutta ja kuluttajat ja jakelijat toivovatkin pidemmälle jalostettuja tuotteita. (Mäkipeska & Sihvonon 2010, 62-63.)

Lähiruokatuotteiden kysyntää ja menekkiä vähittäiskaupassa rajoittaa kuluttajilta saadun palautteen mukaan myös se, ettei lähiruoka aina ole helposti tunnistettavissa kaupan hyllyllä. Kotimaisia elintarvikealan pienyrittäjiä ja niiden tuotteita ei vielä tunneta tarpeeksi. Tähän voitaisiin puuttua luomalla lähiruokalle yhteinen tuotemerkki sekä kehittämällä valtakunnallista viestintää. Yhtenäinen valtakunnallinen viesti antaisi lähiruokatuotteille yhtenäisen ilmeen ja parempaa näkyvyyttä ja helpottaisi tuotteiden tunnistamista kuluttajien liikkeessä maakuntien välillä. (Ruoka-Suomi 2006, 15.)

Pienyrittäjien yhteistyö ja verkostoituminen voisi olla ratkaisuna moniin ongelmiin. Verkostoitumalla pientuottajat saisivat suurten ketjujen kanssa toimiessa tarvittavaa neuvotteluvoimaa

samalla, kun kasvanut kokonaistuotannon määrä vastaisi paremmin asiakkaiden vaatimuksia. Yhteistyön avulla olisi myös mahdollista tehdä merkittäviä investointeja logistiikkaan, kun kustannukset jaettaisiin usean toimijan kesken. Tuottajat voisivat luoda järjestelmän, jonka avulla tuotteet toimitettaisiin keskitetysti asiakkaiden saataville tai tarvittaessa välivarastoon ja jonka kautta tieto menekistä ja kysynnästä kulkisi tehokkaasti. Lisäksi keskitetty markkinointi ja kysyntään perustuva tuotannonohjaus antaisivat taloudellisia etuja. Suuret lähiruoan tuottajat ovatkin jo saaneet kuljetuksensa kannattaviksi kuljettamalla tuotteensa mahdollisimman täysillä rekoilla koko maahan eri liikkeiden logistiikkakeskuksiin. Tällöin on mahdollista ”pudottaa pieniä eriä” oman alueen kauppoihin. (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 63-64.)

2.2.4 Suurkeittiöt

Julkisen sektorin ammattikeittiöiden hankintapäätöksillä on merkittävä vaikutus koko elintarvikeketjuun. Suomalaiset söivät vuonna 2008 keskimäärin 153 ammattikeittiöiden eli kahviloiden, ravintoloiden, henkilöstöravintoloiden tai julkisten keittiöiden valmistamaa ateriala. Ho-reca-rekisterissä (hotelli-, ravintola- ja catering-rekisteri) oli tuolloin 9141 julkista keittiötä, joissa tarjottiin noin 440 miljoonaa ruoka-annosta vuodessa. (Syyrakki 2009, 9.)

Tuottajilla on lähinnä positiivisia kokemuksia suurkeittiöistä asiakkaina. Keittiöiden tilausmäärät ovat suuria, mikä lisää tuotteiden kysyntää. Keittiöt taas hyötyvät muun muassa lähellä sijaitsevan tuottajan joustavuudesta, ruoan tuoreudesta sekä turhan pakkausmateriaalien välttämisestä. Nämä seikat pätevät myös julkisen sektorin kunnallisissa ateriapalveluyksiköissä. Kysyntää on kuitenkin tässäkin asiakasryhmässä tarjontaa enemmän ja lähiruoan toimittajat ovat lähinnä täydennystoimittajia tuotteiden heikosta saatavuudesta johtuen. Lisäksi suurkeittiöissä kaivattaisiin enemmän esikäsiteltyjä ja pidemmälle jalostettuja tuotteita. (Mononen & Silvasti 2006, 122-123; Mäkipeska & Sihvonen 2010, 55.)

Voidakseen hyödyntää lähialueensa ruoantuotantoa kunnallisten hankinnoista ja ruokapalveluista vastaavien tahojen on saatava ajantasaista tietoa paikallisista yrittäjistä ja tuotteista. Lähiruoan myyjien, jalostajien ja tuottajien on oltava löydettävissä helposti. Paikallisten yritysten tuotteiden hyödyntämiseksi tarvitaan aluksi aktiivisuutta, resursseja ja työtä molemmilta osapuolilta. Hankintatapoja on tarvittaessa uudistettava esimerkiksi pidentämällä sopimuskautta ja hyväksymällä osatarjouksia. Pidentetty sopimuskausi antaa tuottajalle mahdollisuuden suunnitella tuotantoa ja investoida tuotantovälineisiin. Osatarjoukset hyväksymällä taas voidaan pitää yllä vaihtoehtoista kilpailua. (Syyrakki 2009, 16, 22.)

Kuluttajatutkimuskeskuksen toteuttaman kyselyn kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksistä lähiruokaan mukaan lähiruoan käyttö nähtiin helpompana pienemmissä kuin suuremmissa ammattikeittiöissä. Tärkeimpinä syinä lähiruoan käyttöön olivat asiakaslähtöisyys ja

kasvatuksellisuus, eli toimiminen esikuvana kuluttajille ja suurimmat hyödyt koettiin pääasiassa imagollisina eikä taloudellisina. Taloudellista panostusta paikallisesti tuotettuihin ja jalostettuihin elintarvikkeisiin voidaan pitää investointina ruoan laatuun, kansanterveyteen, huoltovarmuuteen, oman alueen talouteen ja työllisyyteen, pk-sektoriin, suomalaiseen ruokakulttuuriin ja suomalaisiin makuihin. Erityisesti julkisen sektorin keittiöiden toiminnan tulisi perustua halulle kehittää alueellista elinvoimaisuutta ja oman ruokapalvelun laatua ja kilpailukykyä. (Isoniemi ym. 2006, 3; Syyrakki 2009, 9.)

2.3 Keskitetty vs. hajautettu jakelujärjestelmä

Elintarviketeollisuus on tuotannonarvolla mitattuna Suomen neljänneksi suurin teollisuudenala ja se kattaa 81 prosenttia kotimaan markkinoista. Suurimpia aloja ovat lihanjalostus-, leipomo-, panimo- ja virvoitusjuomateollisuus sekä maidonjalostusteollisuus. Elintarviketeollisuus on keskittynyt voimakkaasti ja kauppa ostaa noin 80 prosenttia elintarvikkeista suurilta toimittajilta. Jakelu on järjestetty koko maan kattavien keskitettyjen logistiikkakanavien avulla. (Sundberg 2009, 61.)

Lähiruoan jakelujärjestelmä koostuu runko- ja jakelukuljetuksista. Runkokuljetuksissa elintarvikkeet kuljetetaan tuottajilta tukkureille ja jakelukuljetuksilla elintarvikkeet toimitetaan asiakkaalle. Tukkurihaastatteluista on käynyt ilmi, että runkokuljetukset toimivat hyvin: reitit on suunniteltu niin, ettei autoja liiku tyhjänä ja välikäsien määrä on supistettu minimiin. Lisäksi tukkurit tekevät yhteistyötä ja esimerkiksi lihan kuljetukset on järjestetty yhteiskuljetuksina, jolloin eri tukkureiden tuotteita kuljetetaan kerralla teurastamoilta leikkaamoihin ja tukkuihin. (Ollila ym. 2011, 80.)

Jakelukuljetuksia ei ole vielä kaikilta osiltaan hiottu huippuunsa. Esimerkiksi ravintoloitsijat eivät suosi yhteiskuljetuksia, koska heillä on hyvin tiukat toimitusaikataulut ja tuotteiden on oltava perillä juuri tiettyyn aikaan. Kuljetusten määrät saattavat olla yllättävän suuria, kun useat eri tuottajat toimittavat tuotteensa suoraan ravintoloihin niin, että yhteen ravintolaan saapuu useita pieniä eriä sisältäviä kuljetuksia päivän aikana. (Ollila ym. 2011, 82-83.)

Logistisen järjestelmän tavoitteena on aina kustannustehokkuus. Vähittäiskauppojen logistiikan kustannustehokkuus perustuu pääosin massatuotantoon ja skaalaetuihin, mutta myös siihen, että joitakin kustannuksia on pystytty siirtämään toimitusketjun muille osapuolille. Kaupan keskittäminen on johtanut siihen, että tuotteiden viimeisten kuljetuskilometrien kustannukset on siirretty asiakkaille, jotka joutuvatkin hakemaan haluamansa tuotteet entistä kauempaa. Kustannuslaskelmissa asiakkaiden tekemien ostosmatkojen kuluja ja ajankäyttöä ei kuitenkaan tarvitse ottaa huomioon. Keskitetyssä järjestelmässä ei myöskään olla kiinnostu-

neita maaseutuelinkeinon tulevaisuudesta, paikallisten yrittäjien tukemisesta tai pitkien kuljetusmatkojen vuoksi tarvittavista säilöntäaineiden käytöstä. (Ollila ym. 2011, 100, 102-103.)

Keskitetyn järjestelmän tehokkuus ei siis useinkaan ulotu ympäristöön. Tuotteita saatetaan kuljettaa tuottajalta satojen kilometrien päähän kaupan keskusvarastoon vain tuodakseen niitä myöhemmin takaisin saman pitäjän vähittäiskauppaan. Tämä lisää turhan liikenteen määrää ja päästöjä, mikä kasvattaa elintarvikkeiden hiilijalanjälkeä. Toisaalta keskitetyssä jakelujärjestelmässä kuljetukset on optimoitu niin, että kerralla kuljetetaan suurin mahdollinen määrä tavaraa, eivätkä autot aja tyhjänä. Tuotteet saattavat kuitenkin kulkea satoja tai tuhansia kilometrejä. Hajautetussa järjestelmässä jakelu ei aina ole tehokasta, kun useita pieniä eriä toimitetaan suoraan hajallaan sijaitseville asiakkaille, mutta nämä matkat ovat vain murto-osa keskitetyssä jakelujärjestelmän vaatimista matkoista. (Ollila ym. 2011, 100, 116.)

Keskitetty elintarvikkeiden jakelujärjestelmä kestää hajautettua paremmin ympäristöstä ja eri toimijoiden käyttäytymisestä johtuvaa epävarmuutta. Epävarmuutta aiheuttaa esimerkiksi puutteellinen tieto tuotteiden kysynnästä ja tarjonnasta, joka voi johtua odottamattomista luonnonolosuhteiden tai hintojen muutoksista. Keskitetty järjestelmä selviää suuren kokonsa ansiosta paremmin vaihteluista kysynnässä tai tarjonnassa, mutta toisaalta juuri suuruus estää hyödyntämästä yllättäviä olosuhteita, jolloin hajautetun järjestelmän joustavuudesta on enemmän hyötyä. (Ollila ym. 2011, 102.)

Keskitetyn järjestelmän koko ja kyky kestää epävarmuutta antaa myös mahdollisuuden tehdä investointeja turvallisesti. Elintarvikejärjestelmän rakentamiseen vaaditaan paljon suuria investointeja, kuten tuoterekisterit, kylmäketjut ja tilausjärjestelmät. Näiden toiminnan vaikiinnuttua, muutokset ovat kuitenkin hankalia ja kalliita toteuttaa, mikä selittää suurten ketjujen haluttomuuden muuttaa toimintatapojaan lähiruoan jakeluun sopiviksi. Pientuottajat eivät taas uskalla tehdä suuria investointeja jakelujärjestelmän kehittämiseksi, kun heidän myyntieränsä ovat pieniä ja epäsäännöllisiä. (Ollila ym. 2011, 102.)

Suurten markettien toimitusketjut perustuvat kansalliseen tai kansainväliseen ostotoimintaan ja tavarat toimitetaan kauppoihin keskitettyjen jakelukeskusten kautta. Tästä johtuen kaikki järjestelmät ja prosessit on säädelty käsittelemään ainoastaan suuria tavaraeriä. Suurin osa paikallisista tuottajista on pieniä yrityksiä, eikä niillä ole vähittäiskaupan toimitusketjun kanssa yhteensopivia tieto- ja logistiikkajärjestelmiä. Tehokkainta olisi toimitus suoraan kauppoihin, mutta kauppojen kansallista jakeluverkostoa ei voi käyttää, kun se kasvattaisi liikaa tuotteiden toimitusketjun pituutta. Toisaalta kauppiaille ei ole valmiuksia ottaa vastaan useita pieniä tavaraeriä paikallisilta toimittajilta. Olisi kuitenkin mahdollista yhdistää usean toimittajan tuotteet paikalliselle kaupalle sopiviksi lähetyksiksi jonkin paikallisen logistiik-

kayrityksen avulla. Toimittajien täytyisi tällöin päästä mukaan kauppojen tietojärjestelmiin, jotta tieto tilauksista ja toimituksista kulkisi toimittajan, vähittäiskaupan hankintaosaston, kauppiaan ja kuljetusyrityksen välillä. Toimittajille voitaisiin rakentaa yksinkertainen interne-tissä toimiva käyttöliittymä, jossa yhdistyisivät hankintaosaston tekemät tilaukset, toimittaji-en tuotekuvaukset sekä valmiiden lähetysten saapumisilmoitukset. (Henson 2009, 32-33.)

2.3.1 Hajautetun jakelumallin erityishaasteita

Suuret kauppaketjut ovat totuttaneet asiakkaat siihen, että lähes mikä tahansa elintarvike on saatavissa mihin vuoden ja vuorokauden aikaan tahansa. Ruoan tuotannon ja hankinnan globa-lisoituminen on johtanut myös elintarvikkeiden standardisointiin, minkä seurauksena ruoka maistuu ja näyttää kaikkialla samanlaiselta. Globaalit elintarvikkeet pyritään yhdenmukais-tamaan tasalaatuisiksi ja mahdollisimman halvoiksi hyödykkeiksi, joiden ominaisuudet eivät riipu paikasta tai ajasta. Pientuottajan on mahdotonta yltää samaan tarjontaan tuotannon kausiluonteisuuden ja sadon epäsäännöllisyyden vuoksi. Toisaalta suora asiakaskontakti mah-dollistaa yhteistyön tarjonnan kehittämisessä ja asiakkaita voidaan varoittaa hyvin ajoissa sadon uhatessa jäädä pieneksi. Tuottajat voivat myös paikata nopeasti puutteita valikoimis-saan tekemällä yhteistyötä keskenään, mikä ei keskitetyssä järjestelmässä ole mahdollista. Erityisesti suurkeittiöiden vaatimat suuret ja säännölliset toimitukset edellyttävät tuotannon tasaamista usean tuottajan kesken. (Mononen 2006, 32; Ollila ym. 2011, 102, 105, 112.)

Lähiruoan tuottajien ja kuluttajien kohtaaminen onnistuu vain jos tieto tarjonnasta ja kysyn-nästä kulkee nopeasti ja vaivattomasti toimitusketjun eri osapuolten välillä. Ajankohtaisen markkinatiedon tärkeys korostuu erityisesti lähiruoan kohdalla, koska maaseudulla asuvat tuottajat ja heidän kaupunkilaisasiakkaansa elävät aivan erilaisissa ympäristöissä. Usein käy-kin niin, ettei tieto potentiaalisten asiakkaiden tarpeista tavoita maaseudun yrittäjiä, jolloin kuluttajat päätyvät ostamaan korvaavia tuotteita ja yrittäjä puolestaan kokee, etteivät kulut-tajat osaa arvostaa tehtyä työtä ja hyviä tuotteita. (Ollila ym. 2011, 103.)

Tuotteen jäljitettävyys on yksi tärkeimmistä lähiruoan valintaan vaikuttavista tekijöistä. Tuotteiden kulkiessa kuluttajalle keskitetyn järjestelmän kautta, ne kuitenkin kadottavat usein alkuperänsä. Lähiruoalla ei ole omia pakkausmerkintöjä tai brändejä ja kaupan hyllylle päätyneen elintarvikkeen tuottajaa ei välttämättä pystytäkään jäljittämään. Hyvän tuotteen löydettyään asiakas ei tiedä, mistä se on peräisin, eikä pysty valitsemaan saman tuottajan tuotteita uudestaan. Kaupat eivät usein ole halukkaitakaan tuomaan tuottajia esille ja jaka-maan näin heidän kanssaan tilaa asiakkaan tietoisuudessa. (Ollila ym. 2011, 112.)

2.3.2 Esimerkkejä vaihtoehtoisista jakelumalleista

Suppeimmillaan lähiruoka tarkoittaa ruokaa, jonka ihmiset kasvattavat kotonaan tai siirtola-puutarhapalstallaan. Suurin osa tästä tuotannosta kulutetaan perinteisesti itse, mutta tuotteita saattaa riittää myös myyntiin. Tällöin jakelu on alkeellista ja yksinkertaista: tuotteet myydään esimerkiksi suoraan puutarhavajasta käsin tai käydään vaihtokauppaa muiden viljelijöiden kanssa. Suuremman tilan omistavat viljelijät myyvät tuotteitaan usein suoraan kuluttajille esimerkiksi itsepoimintaperiaatteella. Toinen yksinkertainen jakelutapa on tarjota tuotepakkaus, kuten laatikko tai säkki, joka sisältää vastapoimittuja sesonkituotteita ja joka toimitetaan asiakkaan kotiin tai tiettyyn jakelupisteeseen. Muun muassa Englannissa ja Yhdysvalloissa on tavattavissa suurta suosiota saanut farmer's market -toimintamuoto, joka tarkoittaa, että tietyn alueen viljelijät ja elintarvikeyritykset pitävät säännöllisesti paikalliset markkinat. Viljelijöille ja jalostajille se on edullinen ja helppo tapa aloittaa tuotteidensa myynnin ja saada kontakti kuluttajiin. (Jones ym. 2004, 332-333.)

Jakelukanavana voi toimia voittoa tavoittelematon organisaatiokin, kuten The True Food Co-op Readingissa Englannissa. Toiminnan tavoitteena on tuoda sopuhintaisia luomuelintarvikkeita ja ekologisista taloustavaratuotteita Readingissa asuvien ihmisten saataville. Tuotteet myydään vapaaehtoisten voimin pidettävillä iltamarkkinoilla, joita järjestetään eri puolilla Readingia. Vaihtoehto on tarkoitettu ihmisille, jotka eivät voi tai halua käydä säännöllisesti supermarketissa ja valikoimassa on jo noin 2000 tuotetta. (Pearson ym. 2011, 892.)

Lähiruoka on merkittävä trendi ravintola-alan raaka-ainevalinnoissa. Paikallisuus saattaa paikoin merkitä jopa enemmän kuin luonnon- tai kestävän kehityksen mukainen tuotanto. Suuremman ketjun osana toimivilta ravintoloilta puuttuu kuitenkin usein joustavuutta pystyäseen tekemään yhteistyötä paikallisten tuottajien kanssa, varsinkin jos nämä eivät ole tottuneet myymään tuotteitaan tukuttain tai kykene toimittamaan tuotteitaan ravintoloihin. Esimerkiksi koko Washington DC:n alueella toimiva 13 suuren ravintolan ketjuliike Clyde's Restaurant Group alkoi hankkia raaka-aineensa paikallisilta tiloilta jo 20 vuotta sitten, kun ketjussa oli vain 3 ravintolaa. Ketjun laajetessa lähellä tuotetuista raaka-aineista ei haluttu luopua, mutta niiden hankinta täytyi järjestää uudelleen. Paikallisilla tuottajilla ei ollut logistisia valmiuksia ravintoloiden tarvitsemiin toimituksiin ja ravintolaketjun toimitusjohtaja Tom Meyerin mukaan oli helpompaa ostaa meloneja, jotka oli kasvatettu Chilessä kuin 20 kilometrin päässä olevalla tilalla. Aluksi Meyer ajeli itse tilalta tilalle ostaen raaka-aineita ravintoloidensa tarpeisiin, mutta liiketoiminnan kasvaessa se ei enää ollut mahdollista ja hän keksi kääntyä tukkuliikkeensä puoleen, sillä tukulla oli jo olemassa valmiudet hoitaa tuotteiden keruun ja kuljetuksen. Tukun kanssa sovittiin, että tilauksen saatuaan, tukku laittaa auton noutamaan paikalliset tuotteet tuottajilta, yhdistää mahdolliset tavalliset tuotteet samaan

kuljetukseen ja kaikki tuotteet toimitetaan kerralla Clyde's Restaurant Groupin ravintoloihin. (Tanyeri 2008, 13-14.)

Saksa on hyvä esimerkki paikallisten tuotteiden vahvasta suosimisesta, koska Saksa on ollut pitkään jakautuneena erillisiin alueisiin ja paikalliset identiteetit ovat voimakkaita. Saksassa toimii esimerkiksi yli 60 jäsenyristystä yhdistävä "Gutes vom See" (Hyvää järveltä) -tuotemerkki, jonka jäsenenä on maanviljelijöitä, elintarvikeyrityksiä, kauppiaita, catering-yrityksiä, ammattikeittäjiä ja logistiikkayrityksiä. Tuotemerkki myönnetään elintarviketuotteille, jotka on tuotettu ja jalostettu ympäristön kannalta kestäväällä tavalla Bodensee-järven alueella. Tavoitteena on paitsi edistää luonnonsuojelua kaikissa ruoantuotannon vaiheissa myös kasvat-
taa yritysten myyntiä etsimällä uusia markkinointikanavia, kuten kahvilat ja catering. (Heer & Mann 2010, 286-287.)

Elintarvikemarkkinoilla menestyvät yritykset ovat kuitenkin usein suuria ja pystyvät hyödyn-
tämään kokonsa ansiosta saavuttamiaan mittakaavaetuja. Paikalliset yrittäjät eivät pysty tä-
hän, koska koko lähiruokan konsepti perustuu nimenomaan paikallisesti rajattuun tuotantoon
ja jakeluun. Alueellinen tuotemerkki ei ole yhtä houkutteleva oman alueensa ulkopuolella,
joten tuotteita voi olla mahdotonta tuottaa ja myydä suuria määriä. Lähiruokan tuotannossa ja
jakelussa ei näin ollen päästä yhtä alhaisiin yksikkökustannuksiin kuin kansainvälisten elintar-
vikeyritysten harjoittamassa toiminnassa. Vaikka toiminnan laajentaminen alueellisesti on
yksinkertaisin tapa kasvattaa toimintaa, paikallisen tuotemerkin volyymia voidaan kehittää
myös ottamalla mukaan mahdollisimman monia tuottajia. Toinen tapa on tehdä vertikaalista
yhteistyötä ja varmistaa, että mukana on toimijoita kaikista elintarvikeketjun osista viljeli-
jöistä kauppiaisiin ja viranomaisiin. Tehokkaan jakelun ja markkinoinnin kannalta on erittäin
olennaista löytää toimiva rajapinta tuottajien ja kuluttajien välille, kuten esimerkiksi paikal-
linen leipomo. (Heer & Mann 2010, 288.)

Vähittäistavarakauppiat voivat halutessaan edistää yhteistyötä lähituottajien kanssa sekä
kasvattaa lähiruokan menekkiä myös luomalla valikoimassaan oleville lähiruokatuotteille oman
luotettavan tuotemerkin. Esimerkiksi Waitrose-kauppaketjulla Englannissa on käytössään
"Waitrose Locally Produced" -tunnus, jonka avulla se kokoaa yhteen pienten paikallisten
tuottajien elintarviketuotteet. Ketju korostaa, ettei näissä tuotteissa ole turhia lisäaineita ja
että ne on tuotettu 30 mailin (n. 50 km) säteellä myyntipisteestä. (Jones ym. 2004, 333.)

3 Tutkimuksen tavoitteet ja menetelmät

Tässä luvussa esittelen SULOIN-hankkeen, jonka osa tutkielmani on ja jonka käyttöön tutkielmani tulokset tulevat. Lisäksi kerron tarkemmin käyttämästäni tutkimusmenetelmästä eli Walkerin ja Avantin käsiteanalyysistä. Perustelen menetelmänvalintaani avaamalla käsiteanalyysin käyttötarkoitusta ja tavoitteita.

3.1 SULOIN-hanke

Laurea-ammattikorkeakoulu osallistuu kolmivuotiseen (2011-2013) SULOIN-hankkeeseen ja sen vastuulla on osaprojekti WP3: Developing distribution systems for the food industry. Tässä osaprojektissa Etelä-Suomessa sijaitseville elintarvikealan yrityksille luodaan toimintamalleja jakelukanavastrategioidensa kehittämiseen. Näiden toimintamallien on tarkoitus auttaa yrityksiä saavuttamaan paremman aseman markkinoilla muun muassa kohdentamalla paremmin yritysten olemassa olevien tuotteiden markkinointi- ja jakelustrategioita. Avuksi otetaan koko projektikokonaisuuden (WP1) benchmarking-kohteet hyödyntämällä projektin aikana kerättyä tietoa onnistuneista jakelumalliratkaisuista. Ensimmäisen vuoden aikana Laurean osaprojektin tavoitteena oli kytkeä WP3-hankkeeseen 6 elintarviketeollisuuden yritystä sekä joitakin logistiikkapalveluita tarjoavia yrityksiä. Yhteistyökumppaneita saadaan myös koko SULOIN-hankkeessa syntyvien verkostojen ja benchmarking-kohteiden kautta. (Hämäläinen 2011b, 3.)

Yhteistyöyrityksiksi valitaan pk-yrityksiä, joilla on potentiaalia kasvuun ja kehitykseen suuriin, vakiintuneisiin tavarantoimittajiin verrattuna. Yritykset voivat laajentaa markkinoitaan esimerkiksi erikoistumalla ja tehostamalla tilaus-toimitusketjua. Tilaa kasvulle ja laajentumiselle on, sillä Etelä-Suomen alue kattaa kuusi maakuntaa: Etelä-Karjalan, Päijät-Hämeen, Kanta-Hämeen, Uusimaan, Itä-Uusimaan ja Kymenlaakson. WP3-osaprojektille on alueella tarvetta esimerkiksi siksi, että pienten yritysten on vaikeaa saada tuotteitaan päivittäistavara-kaupaan. Pääsy kaupan hyllyille edellyttäisi yhteistyötä yritysten kesken sekä kaupan toimintatapojen tuntemusta. Myös uusien jakeluteiden, kuten nettikaupan, käyttöönotto vaativat markkinatutkimusta ja tarkkaa suunnittelua. WP3-osaprojektin onnistumisen kannalta on tärkeää, että pk-yritykset pystyvät tarjoamaan tuotteita, jotka kiinnostavat kuluttajia, kun ruoan laadun, alkuperän ja jäljitettävyyden merkitys ostopäätöksissä kasvaa. Myös lähiruoka-ajattelu on osaprojektille edullista, sillä se vahvistaa yrittäjien asemaa paikallismarkkinoilla. (Hämäläinen 2011b, 4.)

Vuoden 2011 aikana Laurea on aktiivisesti etsinyt mahdollisia yhteistyöyrityksiä Etelä-Suomen alueelta ja sekä elintarvikealan että logistiikkayrityksissä on osoitettu kiinnostusta SULOIN-hanketta kohtaan. Hankkeeseen osallistuvilta yrityksiltä edellytetään halua kansainvälistyä ja tehostaa omia jakelujärjestelmiä. Jakelujärjestelmien potentiaaliset kehittämiskohteet on jo

osin tunnistettu kuvaamalla ja arvioimalla yksityiskohtaisesti elintarvikejärjestelmien nykytilaa niin paikallisesti, kuin hankkeeseen valittujen kansainvälistenkin logistiikkaklustereiden alueilla. Tähän tutkimustietoon pohjautuvat yrityskohtaiset kehityssuunnitelmat esitellään yhteistyöyrityksille ja päätetään yhdessä yritysten kanssa suunnitelmien toteutuksesta käytännössä. (Hämäläinen 2011a, 1-2.)

SULOIN-hankkeen puitteissa erilaisten elintarvikealan yritysten kanssa syntyneitä uutta tietoa jakelujärjestelmien tehostamisesta voidaan jakaa kaikkien elintarvikealan toimijoiden käyttöön. Näin hankkeen aikana luodut onnistuneet toimintamallit saadaan palvelemaan myös muita kuluttajakauppaa tekeviä tuotannollisia ja tukkukaupan yrityksiä, jotka pyrkivät jakelukanavastrategioidensa tehostamiseen ja tuotteidensa saatavuusvarmuuden parantamiseen. (Hämäläinen 2011a, 2.)

Laurean opiskelijat osallistuvat aktiivisesti SULOIN-hankkeeseen esimerkiksi keräämällä tietoa elintarvikealasta ja mallintamalla yhteistyöyritysten jakelujärjestelmiä opinnäytetöissään. Tällä tavoin opiskelijat pääsevät tutustumaan kansainväliseen yritysmaailmaan ja osallistumaan yrityskohtaisten kehityssuunnitelmien luomiseen hankkeen yhteistyökumppaneille sekä tuottavat opinnäytetöidensä tuloksena arvokasta tietoa alan toiminnasta yleisesti. Hankkeessa käytetään myös asiantuntijoita tutkimustyön tukena. Projektioorganisaatio vierailee lisäksi säännöllisesti alan tapahtumissa ja seminaareissa keräten tietoa ja luoden kontakteja koko hankkeen käyttöön. (Hämäläinen 2011a, 2.)

3.2 Käsiteanalyysimenetelmä

Käytin tutkielmassani John Wilsonin vuonna 1963 kehittämää käsiteanalyysimenetelmää, jota Walker ja Avant ovat myöhemmin uudistaneet ja muokanneet hoitotyön teorian kehittämiseen sopivaksi. Heidän esittelemänsä analyysimalli on vakiintunut tutkimusmenetelmä, jota nykyään käytetään yleisesti myös hoitotieteen ulkopuolella. (Nuopponen 2010, 247.)

Tutkielmani tavoitteena oli selvittää mitä käsite lähiruoka tarkoittaa. Tämä edellytti lähiruokan käsitteen tarkastelua eri toimijoiden näkökulmasta ja lähiruokan erityispiirteiden selvittämistä. Käytin tutkimusmenetelmänä käsiteanalyysia, koska lähiruokalta puuttui tarkka määrittely ja tieto sen asemasta ja ominaisuuksista oli hajanaista. Tässä tapauksessa käsitteiden eri merkityksiä ja käyttötapoja tutkiva ja kokoava käsiteanalyysi oli mielestäni tarkoituksenmukainen metodi.

Käsiteanalyysin avulla tutkitaan käsitteiden piirteitä ja ominaisuuksia. Tutkittavan käsitteen ominaisuudet määritellään kielellisesti ja niitä tarkastelemalla voidaan selvittää, mitkä ilmiöt edustavat hyviä esimerkkejä käsitteestä ja mitkä eivät. Onnistunut analyysi edellyttää tark-

kaa ja tieteellistä otetta, mutta sen avulla päästään aina vain alustavaan tulokseen. Tämä johtuu siitä, että samaa käsitettä analysoidessa eri tutkijat löytävät usein hiukan erilaisia piirteitä. Toisaalta tiedon nopea kehitys ja leviäminen muuttavat käsitteiden merkityksiä. (Walker & Avant 1992, 39.)

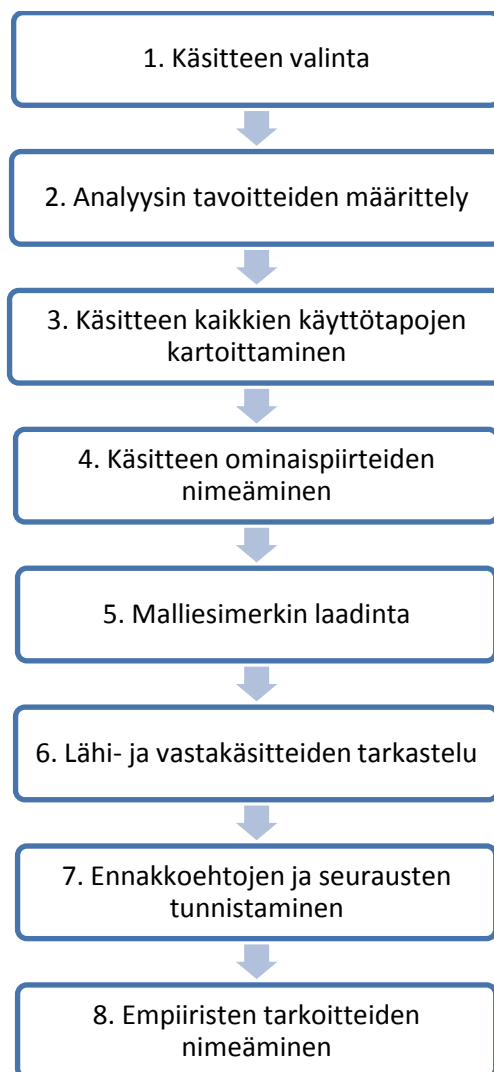
Walker ja Avant näkevät käsiteanalyysin olevan erityisen hyödyllinen esimerkiksi jonkin teorian epätarkkojen käsitteiden täsmentämisessä. Tällöin analyysi selkiyttää käsitteitä niin, että ne tarkoittavat kaikille samoja asioita, eikä käsitteen merkitys muutu käyttäjästä riippuen. Käsiteanalyysi helpottaa kommunikointia tutkijoiden kesken. Käsiteltävän asian ymmärtäminen on helpompaa, kun teorianmuodostuksessa ja tutkimustyössä käytetään tarkkaan määriteltäviä käsitteitä. (Walker & Avant 1992, 39-40.)

Lisäksi käsiteanalyysi toimii hyvin tutkimusprojektin pohjana. Tekemällä analyysin tutkimuksessa käytettävistä käsitteistä, tutkija saa tietoonsa käsitteiden ominaispiirteet, mikä auttaa rajaamaan tulevaa tutkimusta. Analyysin tuloksia voidaan käyttää tutkimusvälineiden ja mittareiden kehittämiseen. Kun käsitteen ominaispiirteet ovat tiedossa, voidaan nähdä keskitettykö tutkimusprojektiin valittu mittari tärkeimpiin piirteisiin. (Walker & Avant 1992, 40.)

Käsitteiden analysointi on itse asiassa välttämätöntä kaikessa tutkimuksessa. Varsinkin liiketaloustieteessä tarkastellaan usein abstrakteja ilmiöitä, jolloin käsitteiden tarkka määrittely on tärkeää. Lisäksi käsitteet on usein lainattu muilta tieteenaloilta, kuten sosiologiasta tai psykologiasta. Uusien käsitteiden määrittelyä vaikeuttaa myös eri kielten erilainen käsitteenmuodostus. Monet keskeiset käsitteet on tuotu englanninkielisistä lähteistä ja käännösten yhteydessä merkitys on saattanut vaihdella tutkimuskohtaisesti. (Puusa 2008, 37.)

Näin ollen liiketalouden käsitteille usein kehittyy eri merkityksiä tutkimuskohteesta ja käyttötarkoituksesta riippuen. Tieteessä ylipäätään tarvitaan kuitenkin selvästi määriteltäviä käsitteitä, joiden avulla voidaan aukottomasti ilmentää tutkimuksen kohteena olevia ilmiöitä. Eri tutkijat saattavat käyttää käsitteitä väljästi, erottelematta niitä lähikäsitteistä. Tällöin tutkimusraportin lukijalle jää epäselväksi, mitä tutkija tarkalleen ottaen tarkoittaa käyttämälleen käsitteillä. Käsiteanalyysi on siis tärkeä osa tieteellistä tutkimusta. Se antaa käsitteelle tietyn tarkasti rajatun merkityksen ja luo normin käsitteen käytölle. (Puusa 2008, 37-38, 40.)

Käsiteanalyysillä on tietty rakenne ja etenemisjärjestys, jotka Wilson on luonut jo 1969 ja jotka myös Walker ja Avant ovat kokeneet loogisina ja toimivina. Analyysi etenee kahdeksan vaiheen kautta (kuvio 2), joiden järjestystä ei välttämättä tarvitse noudattaa täsmällisesti, vaan eri vaiheita voi käsitellä samanaikaisesti ja täydentää myöhemmässä vaiheessa saadulla tiedolla. (Walker & Avant 1992, 41.)



Kuvio 2: Walkerin ja Avantin käsiteanalyysin vaiheet (Walker & Avant 1992, 41).

4 Walkerin ja Avantin käsiteanalyysi ja tulokset

Tässä luvussa teen analyysin käsitteestä lähiruoka, etenemällä Walkerin ja Avantin käsiteanalyysimallin mukaan. Pyrin löytämään lähiruokan käsitteelle toimivan ja ajankohtaisen määritelmän analysoimalla keräämässäni aineistossa esiintyviä käsitteen käyttötapoja ja kriittisiä ominaispiirteitä.

4.1 Käsitteen valinta

Walker ja Avant suosittelevat valitsemaan analyysin kohteeksi käsitteen, jonka tutkija itse kokee kiinnostavaksi ja joka liittyy tutkijaa eniten kiehtovaan alaan. He korostavat, että valintaa tehdessä täytyy keskittyä yksinkertaisiin termeihin ja välttää laajoja sateenvarjokäsit-

teitä, joiden merkityskirjo saattaisi vaarantaa tutkimuksen selkeyden. Käsiteanalyysin kohteen täytyy lisäksi olla relevantti tieteenalan muun tutkimuksen kannalta. Siitä täytyy olla tarpeeksi jo olemassa olevaa tietoa ja se rajataan niin että analyysi sopii käyttötarkoitukseensa. (Puusa 2008, 39; Walker & Avant 1992, 42.)

Analysoitavaksi valitsemani käsite on lähiruoka. Olen kiinnostunut lähiruoasta, koska se tarjoaa vaihtoehdon perinteiselle massatuotannolle. Koen tärkeäksi tehdä vastuullisia kulutusvalintoja ja lähiruoka antaa siihen mahdollisuuden, sillä sen tuotannossa yhdistyvät ekologisuus ja eettisyys, toimitusketjun läpinäkyvyys ja lyhyys sekä alkuperän jäljitettävyys. Lähiruoka on tällä hetkellä kasvava trendi elintarvikemarkkinoilla ja se on noussut myös julkiseen keskusteluun. Mediassa on pohdittu esimerkiksi lähiruoan etuja perinteiseen ruoantuotantoon verrattuna eri toimijoiden, kuten tuottajien ja kuluttajien näkökulmista. Useimmiten on tullut ilmi, etteivät lähiruoan tuottajat ja kuluttajat täysin kohtaa. Kysyntää vaikuttaa olevan enemmän kuin tarjontaa, vaikka samaan aikaan tuottajat eivät löydä tuotteilleen ostajia. Kaikki edellä mainittu on saanut minut pohtimaan mitä lähiruoksi ymmärretään toimitusketjun eri vaiheissa. Tarkoittavatko tuottajat, kauppiat ja kuluttajat samaa asiaa puhuessaan lähiruoasta?

4.2 Analyysin tavoitteiden määrittely

Sen jälkeen, kun analysoitava käsite on valittu, tutkijan täytyy pohtia mikä on analyysin tulosten tarkka käyttötarkoitus ja asettaa tavoitteet sen perusteella. Tutkijan on vastattava kysymykseen: ”Miksi teen tämän analyysin?”. (Walker & Avant 1992, 42.)

Tämän käsiteanalyysin keskeinen tavoite on tuottaa ajankohtaista tietoa lähiruoan käsitteen merkityksestä eri toimijoille SULOIN-hankkeen Laurean osaprojektin käyttöön. Hankkeen avulla pyritään kehittämään Etelä-Suomen elintarvikealan yritysten jakelujärjestelmiä toimivammiksi ja ekologisemmiksi mm. kansainvälisiä benchmarking-kohteita käyttäen. Lähiruoka on suhteellisen uusi ja pieni ja siksi huonosti tunnettu osa elintarvikealan toiminnoissa. Jotta SULOIN-hankkeessa saataisiin tästä alasta monipuolinen kokonaiskuva, on tarpeen tutkia myös lähiruoan kaltaisia vielä vähemmän tunnettuja ilmiöitä ja nousevia trendejä.

Käsiteanalyysi auttaa selkiyttämään tutkittavan termin todellista merkitystä esimerkkien kautta. Jos merkityksiä on useita, voidaan käsitteen ominaispiirteet pääättelemällä erotella kaikkein osuvimman ja toimivimman määrittelytavan muista vähemmän olennaisista. Kun käsitteellä on selvä merkitys ja käyttötapa, on helppoa ymmärtää mitä sillä tarkoitetaan ja kommunikointi ihmisten välillä tulee sujuvammaksi. Lähiruoan tarkemmalle määrittelylle on olemassa tarve, koska selkeä määritelmä auttaisi parantamaan yleistä tietoisuutta lähiruoasta ja ymmärtämään siihen liittyvää ostokäyttäytymistä. Yhteinen määritelmä mahdollistaisi myös

standardien luomisen lähiruoan tuotannolle, mikä helpottaisi tuottajien toimintaa ja auttaisi selvittämään onko tuotanto oikeutettu esimerkiksi valtion tukeen. (Jones ym. 2004, 330.)

Lähiruoka-käsitteelle tarvitaan toimiva yhteinen määritelmä, jonka tutkijat voisivat yleisesti omaksua, koska käsitteeseen liitetyt monenlaiset merkitykset ja sen erilaiset käyttötavat hankaloittavat elintarvikealaa koskevaa tutkimusta. Alaa tarkasteltaessa on vaikeaa erotella lähiruoan vaikutuksia muusta ruoantuotannosta tai määritellä lähiruoasta syntyviä etuja ja kustannuksia. Ylipäättään lähiruokasektorin osuutta ja arvoa on vaikeaa arvioida. Erilaisia lähiruoan tuotantojärjestelmiä on hankalaa verrata myös keskenään poikkeavien määritelmien takia. Tuottajien lähiruokatoimintoja voi olla mahdotonta erotella muusta liiketoiminnasta ja kuluttajien lähiruokaostoksia tavallisista kulutustottumuksista. (Jones ym. 2004, 330.)

Käsiteanalyysiä varten etsin erilaista lähiruokaa käsittelevää kirjallisuutta. Halusin saada analysoitavasta käsitteestä mahdollisimman monipuolisen kuvan, joten käytin lähteinä Keravan kaupunginkirjaston ja Laurean kirjaston löytämiäni painettuja kirjoja, sähköisen Nelli-tietokannan artikkeleita sekä vapaan internet-haun avulla löytämiäni julkaisuja. Otin analyysiin mukaan teoksia, jotka tarkastelevat lähiruoan määritelmää erilaisten, toisistaan poikkeavien toimijoiden näkökulmista. Pyrin poimimaan erityisesti lähteet, jotka tuovat uutta tietoa lähiruoan käsitteen käytöstä ja auttavat ymmärtämään käsitteen eri piirteitä (Taulukko 1).

4.3 Käsitteen kaikkien käyttötapojen kartoittaminen

Tässä analyysin vaiheessa pyritään löytämään käsitteen kaikki mahdolliset käyttötavat. Käsitteen käyttöä kartoitetaan tutkimalla mahdollisimman monia erilaisia kirjallisuuslähteitä. Lähteitä etsiessä hakua ei rajoiteta käsitteen mihinkään yksittäiseen ominaisuuteen, sillä se saattaa estää joidenkin tärkeiden näkökulmien esilletulon. Käsitteen käyttötapojen kartoitus on erittäin olennainen analyysin seuraavien vaiheiden kannalta. Laajan kirjallisuustutkimuksen avulla voidaan nimittäin päätellä käsitteen ominaispiirteet sekä löytää käsitettä muistuttavia lähikäsitteitä. Näitä tietoja hyödynnetään myöhemmin analyysiä syvennettäessä. (Walker & Avant 1992, 42-43.)

Lähiruosta on puhuttu ensimmäistä kertaa jo 1990-luvulla, mutta sillä ei vielä ole yhtä jaettua merkitystä. Vanhimmat löytämäni lähiruoka-termin sisältävät lähteet ovat 1990-luvun alkupuolelta ja mitä lähemmäs tullaan nykyhetkeä, sitä suurempi on käsitteen esiintymisfrekvenssi. Lähiruoan määritelmät vaihtelevat hyvin paljon. Suppeimmillaan lähiruoksi määritellään ihmisten itse pihhoillaan tai siirtolapuutarhapalstoillaan kasvattamaa ruokaa ja laajan määrittelytavan mukaan lähiruokana pidetään kaikkea kotimaista ruokaa. Myös näiden ääripäiden väliin mahtuu erilaisia tapoja ymmärtää lähiruoan käsitettä. Useimmissa löytämissäni

Tekijä(t)	Teos
Heer, I. & Mann, S.	Acting under spatial restrictions: success factors of German local food-marketing networks.
Hinrichs, C. C.	Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market.
Isoniemi M., Mäkelä J., Arvola A., Forsman-Hugg S., Lampila P., Paananen, J. & Roininen K.	Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta.
Jokinen, P. & Puupponen, A.	Paikallisuus kestävän ruoantuotannon perustana?
Jones, P., Comfort, D. & Hillier, D.	A case study of local food and its routes to market in the UK.
Kotro, J., Jalkanen, L., Latvala, T., Kumpulainen, K., Järvinen, M. & Forsman-Hugg, S.	Mistä suomalainen ruokaketju voi olla ylpeä? Näkemyksiä suomalaisen ruokaketjun lisäarvotekijöistä.
Länsisalmi, H., Mynttinen, R. & Härkönen, M.	Hyvinvointia sinulle ja maakunnalle: näkökulmia lähiruokatuottajien ja kaupan yhteistyöhön.
Mononen, T. & Silvasti, T.	Ruokakysymys - Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen Elintarviketutkimukseen.
Morris, C. & Buller, H.	The local food sector: A preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire.
Mäkipeska, T. & Sihvonen, M.	Lähiruoka, Nyt! Trendistä markkinoille.
Norberg-Hodge, H.	Bringing the food economy home: Local Alternatives to Global Agribusiness.
Ollila, P., Eronen, K., Kiviluoma, A., Kivinen, S. & Käyhty, M.	Lähiruoka: pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä: tutkimuksia lähiruoan jakelun nykytilasta.
Paananen, J. & Forsman-Hugg, S.	Lähi- ja luomuruoka kunnallisissa ruokapalveluissa: esiselvitys päättäjien näkemyksistä.
Paananen, J. & Forsman, S.	Lähiruoan markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittiöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin.
Pearson, D., Henryks, J., Trott, A., Jones, P., Parker, G., Dumaresq, D. & Dyball, R.	Local food: understanding consumer motivations in innovative retail formats.
Rauha, M.	Lähiruoalla on tarina.
Ruokatieto	Edelläkävijäravintolat ammentavat makuja omilta palstoiltaan.
Ruokatieto	Kauhajoen Ruokamessuilta potkua alueen yrittäjille.
Ruokatieto	Paikallisuus käsittelee yhteisön hyvinvointia lähiruokaa laajemmin.
Syyrakki, S.	Päättäjän opas. Lähituottajat ja kunnalliset ruokapalvelut.
Särs U.	Vastuullisen kuluttajan ruokaostoskirja.
Tanyeri, D.	Local, on a large scale.

Taulukko 1: Analyysissa käytetty kirjallisuus

suomalaisissa lähteissä suositaan Maa- ja metsätalousministeriön asettaman Lähiruokatyöryhmän vuonna 2000 luomaa määritelmää, jonka mukaan lähiruoka on ”ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueensa raaka-aineita ja tuotantopanoksia edistäen oman alueensa taloutta ja työllisyyttä” (Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6).

Lähiruokan käsite on siis melko pirstaleinen ja eri toimijoilla on siitä erilaisia mielikuvia. Esimerkiksi Kuluttajatutkimuskeskuksen vuonna 2006 kuluttajille, kunnanjohtolle ja suurkeittiöiden edustajille tehdyssä kyselyssä tuli ilmi, että: ”Väittämä Ruoka on tuotettu Suomessa enintään 100 km:n säteellä sen ostopaikasta, sopi kaikkien kolmen vastaajaryhmän mielestä selvästi parhaiten lähiruokaan. Kussakin ryhmässä valtaosa vastaajista oli sitä mieltä, että kyseinen väittämä sopii hyvin tai erittäin hyvin lähiruokaan.” (Isoniemi ym. 2006, 16.)

Etäisyyden lisäksi kuluttajat määrittelevät lähiruokan muun muassa tuotantotavan mukaan: lähiruokatuotanto voi olla luomua tai tavallista, mutta pitkälle jalostettuja elintarvikkeita ei koeta enää lähiruokaksi. Elintarviketeollisuusliiton esittää kuitenkin että lähiruokaa on kuitenkin kaikki kotimainen ruoka: ”Suomalainen elintarvike on laadukas. Sillä on tuttu ja tunnettu valmistaja, joka kantaa vastuun tuoteturvallisuudesta ja jäljitettävyydestä. Voit myös luottaa, että ruoka valmistuu hyvissä työskentelyolosuhteissa ja eläinten hyvinvoinnista huolehditaan. Kaikki Suomessa valmistettu ruoka on lähiruokaa.” (Elintarviketeollisuusliitto; Mäkipeska & Sihvonen 2010, 6.)

Päivittäistavarakauppa ry PTY:n johtaja Ilkka Nieminen ei ole asiasta samaa mieltä: ”Lähiruoka on hyvä asiakaslähtöinen termi, ja asiakkailta on oikeasti lähellä tuotettuun ruokaan erilainen tunneside, sitä ei pidä vesittää puhumalla laveasti kaikesta suomalaisesta ruuasta lähiruokana; se ei vetoa kuluttajaan” (Ruokatieto 2011b). Toisaalta kauppiaat ajattelevat ruokan paikallisuutta asiakaslähtöisesti ja voivat ottaa valikoimaa suunnitellessa huomioon esimerkiksi kuluttajien etniset lähtökohdat. ”Itähelsinkiläisen markettin asiakaskunnasta iso osa on maahanmuuttajia, ja heitä palvellakseen kauppias etsii heidän lähiruokaansa, joka on yhdelle kamelinmaitoa, toiselle granaattimenoita. Lähellä leivottu pita-leipä on paikallista myös tuotantolähtöisesti arvioituna” (Ruokatieto 2011b).

Vuonna 2011 pidetyillä Kauhajoen Ruokamessuilla Luomutilaa ja Ilmajoen Makkaramestarit-nimistä lihanjalostusyritystä pitävä Vesa Luhtala kertoi oman näkemyksensä lähiruokasta. ”Hän ei hyväksy ajatusta, että kaikki suomalainen ruoka olisi lähiruokaa. Luhtalan mielestä terminologiaa pitäisi miettiä ja lähiruoka luokitella pariin eri kategoriaan, jotta kuluttaja saisi aidompaa, varmempaa tietoa. ’Oikea lähiruoka omaa kasvot. Kutsun sitä ensimmäisen asteen lähiruokaksi: liha on omalta tilalta, meidän possuista ja lampaista, ja oma kädenjälki näkyy siemenen kylvöstä kaupan hyllylle.’ Toisen asteen lähiruokaa ovat Luhtalan mielestä lihajalos-

teet oman maakunnan lihasta. Poro Inarista ei ole lähiruokaa Etelä-Pohjanmaalla.” (Ruokatie-to 2011a.)

Kunnallisille ja valtakunnallisille päättäjille suunnattu Päättäjän opas taas määrittelee lähiruuan seuraavasti: ”Lähiruokaa eivät pelkästään rajaa kunnan tai maakunnan rajat vaan ajattelun periaatteena on tuoreus, turvallisuus, joustavuus sekä tarpeeseen perustuva oikea määrä ja laatu” (Syyrakki 2009, 10). Myöskään Vastuullisen kuluttajan ruokaostoskirjan mukaan lähiruuan maantieteellistä aluetta ei ole tarpeen määritellä kovin tarkasti, vaan alueena ”voi olla kunta, maakunta tai talousalue. Jos omalta alueelta ei haluttua elintarviketta tai sen raaka-ainetta löydy, valitaan se mahdollisimman läheltä omasta maasta, naapurimaista tai muualta maailmasta. Valinnassa painavat tällöin kestävät tuotantomenetelmät.” (Laaksonen 2003, 18.)

Laaksosen maantieteellisesti varsin laaja käsitys lähiruoasta on kuitenkin poikkeuksellinen verrattuna muuhun tarkastelemaani tietoon ja useimmiten lähiruokana pidetään nimenomaan paikallisia tuotteita. Laaksosen tavoitteena onkin korostaa eettistä näkökulmaa, jonka mukaan mahdollisimman lähellä tuotetun ruoan kulutus kehittää oman alueen taloudellista, sosiaalista ja kulttuurista kehitystä. Näin annetaan myös muiden maiden asukkaille mahdollisuus tehdä samoin, jolloin eri alueiden ruokaturva säilyy. Laaksonen tuo esille vientisuuntautuneen ruoantuotannon haitallisuuden erityisesti kehitysmaille. Kun teollisuusmaista viedään kehitysmaihin elintarvikkeita vientitukien avulla, ne voidaan myydä kehittyvien maiden markkinoilla halvemmalla kuin paikalliset tuotteet. Tämä köyhdyttää paikallisia viljelijöitä ja vaarantaa koko maataloussektorin. (Laaksonen 2003, 19.)

Vaikka lähiruuan määrittelyssä toistuu ruoan tuotannon ja kulutuksen fyysinen läheisyys, tarkkaa yhteistä kilometrimäärää ei ole löydettävissä. Kuten Jones, Comfort ja Hillier toteavat British Food Journalissa: ”The term local food slips easily off the tongue and while an everyday common sense approach might suggest that local food is produced and consumed within a particular narrowly defined geographical area there appears to be no generally agreed or widely adopted definition” (Jones ym. 2004, 329). Jotkut lähiruoan tuottajat ovat kuitenkin asettaneet itse toiminnalleen tietyn säteen: ”one of the definitions of local recognised by the National Association of Farmers’ Markets (NAFM) is in terms of the radius from the market and while the association suggests that 30 miles is ideal, 50 miles is nevertheless acceptable” (Jones ym. 2004, 329). Myös vähittäiskauppa voi määritellä alueen, jonka tuotteita se tarjoaa asiakkailleen lähiruokana: ”Waitrose are alone among the major food retailers in using a geographical definition of local food products, which they designate as having been produced within a 30-miles radius of the branches where they are sold” (Jones ym. 2004, 329).

Kuluttajien suhtautumista lähiruoan uusiin jakelukanaviin Englannissa tutkinut ryhmä on myös havainnut, ettei lähiruoalla ole vielä tarkkaa määritelmää: ”There is no legal stipulation of what constitutes local food. Further, in the market place there is not even a widely accepted definition of what this is. The most commonly used approach defines local food on the basis of the distance that the food travels from production to consumption. Within the UK, definitions using the geographic proximity approach range from distances of 30 miles, within a county, within a sub-region, or even a whole country.” (Pearson ym. 2011, 887.)

Kuluttajat sisällyttävät lähiruoan käsitteen määritelmään myös paljon muitakin ominaisuuksia paikallisuuden lisäksi. Kuten Sustain-yhteisö (Alliance for Better Food and Farming) toteaa: ”Local food is food which meets a number of criteria embracing not only the sort of geographical distance between producers and customers mentioned earlier, but also a number of, albeit loosely specified, environmental, animal welfare, employment, fair trading relations, producer profitability and cultural conditions” (Jones ym. 2004, 329). Myös Soil Association-yhteisöllä, joka kampanjoi planeettaystävällisen ruoan ja viljelyn puolesta, on oma tapa ymmärtää lähiruoan käsitettä. Se ei määritä lähiruokaa maantieteellisesti, vaan näkee sen prosessina, jonka tavoitteena on ruoan toimitusketjun lyhentäminen. (Pearson ym. 2011, 888.)

Gloucestershiren Yliopiston tutkijat ovat havainneet, että paikallisen ruoan voidaan tulkita tarkoittavan kahta eri asiaa. ”The first approach to local food emphasises ‘locality as a closed or bounded system’, where food is produced, processed and retailed within a geographically circumscribed area defined in various ways as ‘local’” (Morris & Buller 2003, 559). Tällöin ruoan toimitusketju nähdään jollain tavalla vaihtoehtoisena verrattuna perinteisiin kanaviin, kuten suuriin vähittäiskauppaketteihin ja elintarviketeollisuuteen ja jakelu tarkoittaa esimerkiksi tilamyyniä, markkinoita, osuuskuntaviljelyä tai LETS (Local exchange trading system) -mallia. ”The second approach looks to the ‘locality as value added for export’. This places more emphasis on particular food products that are distinguished, by means of devices such as labelling and accreditation/certification schemes, as coming from a defined geographical area but may not necessarily be purchased and consumed in that place” (Morris & Buller 2003, 559-560). Tällöin kyseessä on jokin erikoistuote, jonka tuotanto ja valmistus on sidottu tiettyyn alueeseen, mutta joka kulutetaan alueen ulkopuolella, kuten Lapin puikula tai savolainen kalakukko.

Paikallisia perinneruokia kulutetaan toki tuotantoalueensa sisälläkin, jolloin toteutuvat lähiruoan periaatteet. MEKin (Matkailun edistämiskeskus) julkaisema tiedotuslehti Matkailusilmä pohtii lähiruokaa seuraavasti: ”Kuluttajalle lähiruoka merkitsee lyhyempiä kuljetuksia, tuoreempia raaka-aineita ja luottamusta aineiden puhtauteen sekä tuotantoeläinten hyvään kohteluun. Matkailijalle lähiruoassa on eksoottisuuden elementti. Paikalliseen ruokakulttuuriin tutustuminen on monille tärkeä osa loma- tai kokousmatkaa.” (Rauha 2011, 13.)

Lähiiruokaa syntyy myös ravintoloiden omilla viljelmillä, kun asiakkaille halutaan tarjota ruokaa, joka on valmistettu mahdollisimman tuoreista ja helposti jäljitettävissä olevista raaka-aineista. Uusimpia esimerkkejä tästä ilmiöstä on Savoy-ravintolan perustama kattoviljelmä Helsingin keskustassa. Ravintola aloittaa kasvattamalla tarvitsemansa versot, yrtit, syötävät kukat, tomaatit ja mansikat ja suunnittelee lisäävänsä lajeja projektin edetessä. Esimerkkejä vastaavasta toiminnasta löytyy eri puolilta Suomea, kuten Mikkelistä, missä Tertin kartanon ravintola on omavarainen kasvisten suhteen. ”Isäntäparille on alusta asti ollut luontevinta ja edullisinta tuottaa pääosa ruuasta itse, ja kaikki pyritään saamaan pöytään mahdollisimman läheltä. Omilta pelloilta saadaan viljaa myselihin, leipiin ja puuroihin.” (Ruokatieto 2010.)

Lähialueen pientuottajien suosiminen ravintolatoiminnassa ei toki ole uutta. Italiassa Bran kaupungissa perustettiin jo vuonna 1986 slow food -liike kritiikkinä McDonald’sin edustamaa amerikkalaistunutta pikaruokakulttuuria kohtaan, joka vaikutti kielteisesti paikallisiin ruokaperinteisiin. Tavallisesti slow food -ravintola toimii yhteistyössä paikallisten tuottajien kanssa muokaten ruokalistansa sen mukaan, mitä lähialueen viljelijöillä on kulloinkin tarjolla. Ruokat valmistetaan sesonkien mukaan niin, että ruokalista kuvastaa vuodenaikoja ja koska ruoanvalmistuksessa käytetään perinteisiä reseptejä, myös paikalliset perinteet pääsevät esille. (Mononen 2006, 42-43.)

Suomessa myös kunnalliset päättäjät suhtautuvat lähiiruokaan useimmiten myönteisesti, mutta hekin ovat huomanneet lähiruoan määritelmän olevan hämmentävän hajanainen, selviää vuonna 2005 tehdystä haastattelututkimuksesta Lähi- ja luomuruoka kunnallisissa ruokapalveluissa. ”Lähiiruoka käsitteenä koettiin positiivisena terminä, joka viestii kunnasta myönteistä imagoa sekä kuntalaisille että ulkopuolisille toimijoille. Toisaalta nousi esille myös lähiruokakäsitteen epäselvyys ja se, mitä sillä tarkalleen ottaen tavoitellaan. Erään päättäjän mukaan lähiiruokakäsite sopii parhaiten vain sellaisiin tuotteisiin, joiden alkuperä on todennettavissa paikalliseksi tai maakunnalliseksi, esimerkkeinä jalostamattomat tuotteet kuten kananmunat ja tuoretuotteet, vihannekset ja juurekset. Jalostettujen tuotteiden osalta nousee usein esiin kysymys, mistä tuotteen valmistukseen käytetyt raaka-aineet ovat peräisin. Tästä esimerkkinä ovat leipä ja leipomotuotteet, jotka perinteisesti valmistetaan paikallisesti, mutta ei välttämättä suomalaisista raaka-aineista.” (Paananen & Forsman-Hugg 2005, 14.)

4.4 Käsitteen ominaispiirteiden nimeäminen

Kun mahdollisimman monta käsitteen käyttötapaa on kerätty, aineisto käydään kerralla läpi. Samalla kiinnitetään huomiota niihin käsitteen piirteisiin, jotka toistuvat läpi koko aineiston, koska nämä ovat käsitteen kriittisiä ominaispiirteitä. Nämä piirteet erottavat käsitteen muista samantapaisista ja auttavat luomaan sille tarkan määritelmän. Jos käyttötapoja tutkiessa kä-

sitteelle on löytynyt useampia merkityksiä, täytyy niiden piirteitä verrata keskenään ja päätellä kumpi sopii paremmin analyysin käyttötarkoitukseen. (Walker & Avant 1992, 43.)

Tarkasteltuani mahdollisimman monia lähiruoan käsitteen eri käyttötapoja olen huomannut että määrittelyn lähtökohtana on lähes poikkeuksetta ruoan paikallisuus. Tämä on lähiruoan kriittinen ominaispiirre, joka erottaa sen muusta ruoantuotannosta; ”Suomalaisessa keskustelussa paikallista ruokaa kutsutaan yleensä lähiruoaksi” (Jokinen & Puupponen 2006, 113). Paikallisuus sitoo koko lähiruoan toimitusketjun tiettyyn alueeseen. Lähiruoan raaka-aineet tuotetaan, ruoka jalostetaan ja valmiit tuotteet markkinoidaan ja kulutetaan paikallisesti. Paikallisuus ei välttämättä tarkoita mitään tiettyä kilometrimäärää, vaan kuluttajat ja tuottajat määrittelevät itse lähiruoan alueelliset rajat: paikallinen ruoka voi olla tuotettu esimerkiksi maakunnan sisällä tai noin sadan kilometrin säteellä. (Isoniemi ym. 2006, 16.)

Paikallisuus on merkittävä trendi ja sitä saatetaan korostaa esimerkiksi ravintoloiden hankintatoiminnassa ensisijaisena kriteerinä, luomun ja kestävän kehityksen periaatteiden sijaan. Paikallinen ruokajärjestelmä on kuitenkin muuttuva ilmiökokonaisuus, jossa eri toimijat kohtaavat. Paikallisuus on kulttuuriin sidottu käsite, jonka merkitys ei ole vakio. Paikallisia ruokajärjestelmiä voidaan tarkastella vahvan ja heikon määritelmän kautta. Kun heikko määritelmä käsittää vain tuotannon ja kulutuksen fyysisen ja ajallisen läheisyyden, vahva määritelmä tuo esille paikallisten ruokajärjestelmien yhteiskunnallisuuden, yhteisöllisyyden ja kollektiivisuuden. (Hinrichs 2000, 297-299; Jokinen & Puupponen 2006, 114-115; Tanyeri 2008, 13.)

Ruoantuotannon paikallisuus tarkoittaa sitä, että tuotannossa, jalostuksessa ja markkinoinnissa käytetään oman alueen raaka-aineita ja työvoimaa sekä hyödynnetään sesonkeja ja alueellisia ruokaperinteitä. Paikallisuus on lähiruoan kriittinen ominaispiirre, joka näin ollen vaikuttaa muihin lähiruokaa kuvaaviin piirteisiin. Tuottamalla ja kuluttamalla ruokaa paikallisesti, voidaan vaikuttaa myönteisesti niin ympäristö- kuin sosiaalisiin ja eettisiin tekijöihin. Lähiruoan tuotannon myönteinen vaikutus alueensa talouteen ja työllisyyteen onkin sen toinen keskeinen ominaispiirre. Paikallisten tuotteiden ja raaka-aineiden käyttäminen tukee paikallista työllisyyttä ja aluetaloutta. Lähiruokatoiminta auttaa kehittämään maaseudun elintarvikkeyrittäjyyttä ja luo monipuolisuutta maaseutualueiden talouteen. (Kotro, Jalkanen, Latvala, Kumpulainen, Järvinen & Forsman-Hugg 2011, 42; Paananen & Forsman 2003, 12; Paananen & Forsman-Hugg 2005, 6.)

Lähiruoan toisena ominaispiirteenä nähdään lyhyt toimitusketju, joka takaa ruoan tuoreuden sekä mahdollistaa ruoan tarkan alkuperän selvittämiseen. Elintarvikkeiden alkuperätieto on tärkeää eri toimijoiden keskinäisen luottamuksen ja elintarvikkeiden turvallisuuden ylläpitämiseksi. Lyhyet kuljetusmatkat ja välikäsien vähyys auttavat lisäksi pitämään ekologisen ja-

lanjäljen pienenä sekä mahdollistavat suoran kontaktin tuottajan ja kuluttajan välillä. Lähiruokatuotteen fyysisen ja toimitusajallisen yhteyden on oltava mahdollisimman lyhyt valmistajan ja kaupan välillä, jolloin ei voi hyödyntää perinteistä jakelutapaa keskusvarastoineen. (Paananen & Forsman 2003, 9; Paananen & Forsman-Hugg 2005, 14.)

Tämä johtaakin seuraavaan ominaispiirteeseen, joka on lähiruoan vaihtoehtoisuus perinteiseen elintarvikkeiden toimitusketjuun verrattuna. Lähiruoan paikallisuuden merkitys korostuu globalisaatio-lokalisaatio-vastakkainasettelussa. Lähiruoan suosimista voidaan pitää vastalauseena tehomataloudelle, joka ei kunnioita paikallisia luonto- ja sosiokulttuurisia arvoja ja joka on valjastettu palvelemaan globaalisti toimivien suuryritysten taloudellisia etuja. (Morris & Buller 2003, 559; Norberg-Hodge 2002, 4; Paananen & Forsman 2003, 12).

Lähiruoan tuottajille on ominaista pyrkiä ympäristöystävällisyyteen. Tähän ajatteluun kuuluu lyhyt, läpinäkyvä ja joustava toimitusketju. Se varmistaa osaltaan lähiruoan tuoreuden, joka nousi myös keskeiseksi lähiruokaa kuvaavaksi piirteeksi. Ruoan tuoreuteen liittyvät hyvä, aito maku, lisääineettomuus ja sesonkituotteiden hyödyntäminen. Elintarvikkeiden tuoreus takaa terveellisyyden ja turvallisuuden. Nämä ominaisuudet merkitsevät kuluttajille lähiruokatuotteissa enemmän kuin hinta, sillä niiden nähdään osoittavan korkeaa laatua. (Heer & Mann 2010, 287; Länsisalmi, Mynttinen & Härkönen 2006, 62-63; Paananen & Forsman 2003, 3.)

Lähiruokaan liitetään myös sosiopsykologisia ja kulttuurisia ominaisuuksia. Esimerkiksi erityisesti suurkeittiöissä lähiruoka koetaan kasvatuksellisenä ja työssä viihtymistä lisäävänä tekijänä. Paikallisen ruoantuotannon nähdään turvaavan alueellisten ruokaperinteiden säilymisen, koska ruokakulttuuri ja makumieltymykset perustuvat usein maantieteelliseen sijaintiin. (Kotro ym. 2011, 42; Rauha 2011, 12; Paananen & Forsman 2003, 9.)

Paananen ja Forsman julkaisivat vuonna 2003 tutkimuksen lähiruoan markkinointimahdollisuuksista vähittäiskaupassa, suurkeittiöissä ja maaseutumatkailussa, joka kokosi yhteen eri toimijoiden lähiruokaan liittämät piirteet. Tästä yhteenvedosta ilmenee, kuinka eri toimijoiden käsitys lähiruoan tärkeimmistä ominaisuuksista riippuu heidän alastaan (Taulukko 2).

4.5 Malliesimerkin laadinta

Malliesimerkki helpottaa käsitteen ymmärtämistä. Sen on jokin elävästä elämästä tuttu ilmiö tai tapahtuma, joka sisältää kaikki käsitteen ominaispiirteet eikä ollenkaan muiden käsitteiden piirteitä. (Walker & Avant 1992, 44.)

Malliesimerkin lähiruoasta tarjoaa Mäntyharjulla sijaitseva Vierulan tila. Tila keskittyy tuottamaan mahdollisimman laadukasta lähiruokaa ja panostaa monipuoliseen tuotevalikoimaan.

Elintarvikealan pienyritykset	Vähittäiskauppa	Suurkeittiö	Maaseutumatkailu
<ul style="list-style-type: none"> - Maakunnallisuus - Saatavuus paikallista - Ei valtakunnallisessa jakelussa - Raaka-aineiden jäljitettävyyys - Koko ketju raaka-aineen tuotannosta jalostukseen ja kulu-tukseen - Tuoreus - Pienimuotoinen ja käsityömainen yrittä-jyys - Henkilöitynyt tuote - Alueellinen kehittä-minen - Ruokaperinteiden säilyminen 	<ul style="list-style-type: none"> - Valmistettu pienissä yrityksissä - Kotiruokatyypistä - Paikalliset raaka-aineet - Pienimuotoisuus - Käsityömäisyys - Eriلاistettu massa-tuotannosta - Paikalliset makutot-tumukset - Lyhyt kuljetusmatka raaka-aineiden tuo-tannosta asiakkaan pöytään 	<ul style="list-style-type: none"> - Vuodenaikatuotteet - Puhtaus ja tuoreus - Suorat ja pienet toi-mitusmäärät - Ruokakulttuurien ylläpito - Erottuu teollisesta tuotteesta - Alkuperän säilyminen - Ruoan kasvatukselli-nen arvo - Ruoan turvallisuus - Alueen työllistymi-nen - Ammattitaitoinen ruoanvalmistus 	<ul style="list-style-type: none"> - Ruokaketjun lä-pinäkyvyys - Luonnosta saatavien tuotteiden hyödynnet-tävyys - Puhtaus - Tuoreus - Hyvä maku - Maakunnallisuus

Taulukko 2: Elintarvikealan toimijoiden nimeämät lähiruokaan liittyvät ominaisuudet (Paananen & Forsman 2003, 52).

Viljelyn monipuolisuus tukee peltojen hyvinvointia, koska sen ansiosta viljelykierto on helppoa toteuttaa. Vierulan tila pyrkii noudattamaan kestävä kehityksen periaatteita ja kehittämään tuotantoaan entistä ekologisemmaksi tekemällä yhteistyötä Helsingin Yliopiston kanssa. Laatu ja tuoreus kuuluvat Vierulan tilan arvoihin. Kaikki tuotantoon osallistuvat toimijat koulutetaan laaduntarkkailuun ja laadun toteutumista seurataan päivittäin. Tuotteiden tuoreutta pidetään Vierulan tilalla kunnia-asiana ja etenkin kesällä esimerkiksi mansikan ja perunan toimitusaika pellolta kuluttajan pöytään kestää vain tunteja, ei päiviä. Tilan tuotantoa suunnitellaan asiakaslähtöisesti ottamalla huomioon suomalaisten ruokailutottumukset ja kuluttajien esittämät toivomukset. (Vierulan tila 2010a.)

Vierulan tilan tuotevalikoimaan kuuluvat ”Kesäherkut” eli mansikka, herne, peruna, sipuli ja kesäkurpitsa; kasvihuoneessa kasvatetut kurkku ja tomaatti; avomaan juurekset ja vihannekset eli porkkana, keräkaali, kiinankaali, lanttu ja punajuuri sekä ”Tilan erikoisherkut”: maissi,

vadelma, kuivatut sienet, chili ja yrtit. Tuotteita myydään tilan lisäksi viidessä eri myyntipisteessä. Juureksia ja vihanneksia toimitetaan lähialueen kauppoihin. (Vierulan tila 2010b.)

4.6 Lähi- ja vastakäsitteiden tarkastelu

Käsiteanalyysia voidaan täydentää selvittämällä tutkittavan käsitteen lähi- ja vastakäsitteet sekä pohtimalla mahdollisia rajatapauksia. Näiden avulla voidaan muun muassa ilmaista mitä käsite ei ole ja näin tarkentaa käsitteen määritelmää. Lähikäsitteet muistuttavat analysoitavaa käsitettä ja kuuluvat ehkä saman sateenvarjotermiin alle, mutta niihin ei liity samoja ominaispiirteitä. Rajatapauskäsitteellä taas saattaa olla samoja ominaispiirteitä kuin tutkittavalla käsitteelläkin, muttei kaikkia. Vastakäsitteiden tai -esimerkkien avulla osoitetaan, mitä analysoitavalla käsitteellä ei missään tapauksessa tarkoiteta. Vastakäsitteiden piirteet voidaan sulkea pois käsitteen mahdollisten ominaispiirteiden joukosta. (Walker & Avant 1992, 45-46.)

Lähiruoan lähikäsitteitä ovat kotimainen ruoka, paikalliset erikoistuotteet ja Reilun Kaupan tuotteet. Näillä kaikilla on joitakin piirteitä, jotka ovat ominaisia lähiruoalle. Suomalaiset liittävät kotimaiseen ruokaan useita ominaisuuksia, joiden koetaan määrittelevän myös lähiruokaa. Kotimaiset elintarviketuotteet mielletään puhtaiksi ja turvallisiksi, aivan kuten lähiruokatuotteetkin. Kotimainen ja lähiruoka nähdään molemmat myös tuotantotavoiltaan ekologisesti ja eettisesti parempina kuin vastaavat ulkomailta tuodut elintarvikkeet. Kaikki kotimainen ruoka ei kuitenkaan ole lähiruokaa, koska kotimaisuus ei vielä takaa paikallisuutta ja lyhyttä toimitusketjua, jotka ovat lähiruoan kriittisiä ominaispiirteitä. Tuotteet saattavat kiertää satojen kilometrien päässä olevan keskusliikkeen varaston kautta päätyäkseen tuottajan naapurissa sijaitsevaan vähittäiskauppaan. (Ollila ym. 2011, 100.)

Paikalliset erikoistuotteet ja perinneruoat muistuttavat myös lähiruokaa, mutta toisin kuin lähiruoassa, niiden tuotanto ja kulutus eivät ole suorassa yhteydessä toisiinsa. Alueellisiin erikoisuuksiin, kuten poronlihaan, voi liittyä samoja ominaisuuksia kuin lähiruokaankin, esimerkiksi puhtaus ja myönteiset aluetaloudelliset vaikutukset. Paikallisia erikoistuotteita markkinoidaan kuitenkin koko maan alueella, jolloin niiden kulutus saattaa tapahtua pitkän kuljetusmatkan ja monien välikäsien päässä tuottajasta. Lähiruoalle ominainen suora ja luottamuksellinen suhde tuottajan ja asiakkaan välillä ei tällöin toteudu.

Kuluttajien ostoskäyttäytymiseen vaikuttavat myös eettiset ja ekologiset arvot. Näillä kriteereillä tarkasteltuna lähikäsitteeksi nousevat Reilun Kaupan tuotteet. Reilun Kaupan kautta kehitysmaiden pienviljelijöille ja suurtilojen työntekijöille taataan kohtuullinen korvaus tuotteistaan ja työstään. Tuotannossa myös noudatetaan tiukkoja ympäristövaatimuksia. Reilun Kaupan tuotteiden tärkeimmät erot lähiruokaan verrattuna ovat jälleen niiden vaatimat pit-

kät kuljetusmatkat ja monimutkaiset toimitusketjut. (Reilun kaupan edistämisyhdistys ry 2011.)

Luomuruoka puolestaan muistuttaa lähiruokaa niin paljon, että sitä voidaan pitää rajatapaus-käsitteenä. Molemmat käsitteet kuuluvat samanlaiseen, ekologisesti ja sosiaalisesti kestävän kehityksen mukaiseen kontekstiin. Lähiruoka voi olla luomua ja päinvastoin. Lähi- ja luomuruoan suurimpia eroja on luomutuotannon tarkka lainsäädännöllinen määrittely ja valvonta. Merkittävä ero on myös lähiruoan paikallisuus. Lähellä tuotettuna luomu on lähiruokaa, mutta luomutuotannon määritelmään ei kuitenkaan sisälly minkäänlaisia maantieteellisiä rajoituksia, joten luomutuotteet voivat olla peräisin mistä päin maailmaa tahansa. Paananen ja Forsman-Hugg ovat koonneet yhteen lähi- ja luomuruoan erot ja yhtäläisyydet haastattelemiensa päättäjien näkemysten perusteella. Yhteenveto on erittäin monipuolinen ja tyhjentävä (Taulukko 3). (Paananen & Forsman-Hugg 2005, 16.)

Koetut yhtäläisyydet	Koetut erot
<ul style="list-style-type: none"> • Perhekeskeisyys • Ihmisläheisyys • Eläinystävällisyys • Tuotannon pienimuotoisuus • Ei-teollinen • Puhtaus • Jäljitettävyyys • Kestävän kehityksen mukaiset tavoitteet • Eettiset tuotantotavat • Turvallisuus • Positiivinen imago 	<ul style="list-style-type: none"> • Viljelytekniikka, lannoitus- ja torjunta-aineiden käyttö • Luomutuotanto määriteltyä, sertifioitua ja valvottua • Luomutuotanto vähäistä tavanomaiseen paikalliseen tuotantoon verrattuna • Luomu ei ole sidottu maantieteelliseen etäisyyteen • Saatavuus • Säilyvyys • Maku

Taulukko 3: Lähi- ja luomuruoan yhtäläisyydet ja erot (Paananen & Forsman-Hugg 2005, 17).

Lähiruoka-käsitteellä ei ole varsinaista vastakäsitettä. On kuitenkin olemassa ruoan tuotanto- ja jakelutapoja, jotka ovat ominaispiirteiltään lähiruoalle vastakkaisia. Vastaesimerkkinä, eli esimerkkinä siitä, mitä lähiruoka ei ole, toimivat globaalit elintarvikejärjestelmät, joiden taloudellinen hyöty perustuu massatuotantoon ja pieniin yksikkökustannuksiin. Niissä ruoan viljely ja tuotanto tapahtuvat kaukana markkinoista, esimerkiksi kehitysmaissa, eikä kuluttajilla ole yhteyttä ruoan lähtöpaikkaan. Lähiruoan vastakohta on ruoka, jonka tuotanto perustuu raskaasti lannoitteiden ja torjunta-aineiden käyttöön nojautuvaan monokulttuuriviljelyyn.

Päinvastoin kuin lähiruoan tuotannossa, vastaesimerkin tapauksessa viljelyssä ei käytetä paikallista työvoimaa ja perinteisiä käsityöpainotteisia viljelymenetelmiä, vaan pienviljelijöiden tilat saatetaan pakkolunastaa laajoiksi viljelymaiksi ja korvata heidät koneilla. Tällöin paikallisilta asukkailta katoaa elinkeino ja jopa kokonaisia kulttuureja saattaa tuhoutua. Myöskään ympäristöä ei vastaesimerkissä oteta huomioon, vaan vesivaroja käytetään tuhlailevasti, torjunta-aineiden annetaan saastuttaa maaperää eikä luonnon monimuotoisuuden säilymisestä huolehdita. Lähiruoan vastakohtana voidaan pitää myös ylipäättään sellaisia elintarvikkeita, jotka vaativat pitkälle vietyä jalostusprosessia ja jotka kulkevat pitkiä matkoja monien eri välikäsien kautta ennen kuluttajalle päätymistään.

4.7 Ennakkoehtojen ja seurausten tunnistaminen

Tunnistamalla käsitteeseen liittyvät ennakkoehdot ja seuraukset päästään täsmentämään sen ominaispiirteitä. Ennakkoehdot ovat tiettyjä taustaoletuksia tai tapahtumia, joiden on esiinnyttävä ennen kuin käsite voi ilmetä. Seuraukset taas ovat tapahtumia tai tuloksia, jotka syntyvät käsitteen esiintymisen vaikutuksesta. (Walker & Avant 1992, 47.)

Lähiruoan käsitteen esiintymisen ennakkoehtona on se, ettei kaikkea ruokaa tuoteta ja kuluteta paikallisesti; sen edellytyksenä on siis myös globaalin elintarvikejärjestelmän olemassaolo paikallisen lisäksi. Lähiruoka-käsitteen tärkein käyttötarkoitus on nimenomaan erottaa tietyn suhteellisen pienen alueen sisällä tapahtuvat ruoan tuotanto ja kulutus muista elintarvikkeiden tarjontaketjuista. Lähiruoka-käsite on syntynyt vaihtoehdoksi esimerkiksi monikanallisten yritysten massatuotantoon perustuville elintarviketuotteille, joiden raaka-aineiden alkuperää tai tuotanto-olosuhteita on mahdotonta jäljittää. Tähän liittyy myös ihmisten halu varmistaa oma alueellinen ruokaturvansa, mikä on osaltaan vaikuttanut lähiruoka-ajattelun kehitykseen. Lähiruoan käsitteen esiintymisen osaehtona ovat lisäksi elintarvikemarkkinat vallanneiden kauppaketjujen keskitetyt jakelujärjestelmät. Lähiruoan käsitteen käyttöön johtaa tässä tapauksessa kuluttajien ja tuottajien tietoinen pyrkimys kohti ruoan kuljetusmatkojen lyhentämistä ja toimitusketjujen yksinkertaistamista.

Käsitteen esiintymisen seurauksena kuluttajien tietoisuus eri ruoantuotantotavoista lisääntyy. Mahdollisuus valita ostohetkellä lähiruoka kytkee toisiinsa kulutustottumukset ja arvovalinnat. Lähiruoka-käsite saa kuluttajat pohtimaan mikä todella on lähiruokaa ja mitkä ovat sen edut ja haitat perinteiseen tuotantoon verrattuna. Lähiruoka-käsitteen tunnettuuden lisääntymisen seurauksena voi olla esimerkiksi kiinnostuksen kasvu paikallisia viljelijöitä ja elintarvikeyrityksiä kohtaan. Se saattaa herättää halun tutustua perinteisiin käsityömaisiin tuotantotapoihin ja paikallisiin ruokaperinteisiin sekä löytää uudelleen yhteyden maaseutuun.

4.8 Empiiristen tarkoitteiden nimeäminen

Viimeisessä vaiheessa analysoitavan käsitteen ominaispiirteille nimetään empiirisiä tarkoitteita. Empiiriset tarkoitteet ovat konkreettisia ilmiöitä, jotka todistavat pelkällä olemassaolollaan tutkittavan käsitteen esiintymisen. Monien käsitteiden kohdalla empiiriset tarkoitteet ovat yhtä kuin ominaispiirteet ja niiden määrittämisellä on suurin merkitys hyvin abstraktien käsitteiden kohdalla, jolloin käsitteen esiintymisen kuvaus on muuten vaikeaa. (Walker & Avant 1992, 48.)

Rajasin empiiristen tarkoitteiden nimeämisen pois tästä tutkielmasta, koska se ei ole relevantti tässä tapauksessa. Empiirisiä tarkoitteita olisi ollut mahdollista kartoittaa esimerkiksi teemahaastattelujen avulla. Otoksena olisi tällöin voinut olla muutama eri sosioekonomisessa asemassa oleva vastaaja, jotka olisivat kuvailleet vapaamuotoisesti omaa käsitystään lähiruoka-käsitteen merkityksestä.

5 Johtopäätökset

5.1 Tulosten tarkastelu

Käytyäni läpi koko keräämäni aineiston, olen huomannut, että lähiruolla tarkoitetaan useimmiten yksinkertaisesti ruokaa, joka on tuotettu maantieteellisesti lähellä. Kuluttajat ja tuottajat ovat yhtä mieltä siitä, että lähiruokan koko matkan ”pellolta pöytään” on oltava mahdollisimman lyhyt, mutta mitään tiettyä kilometrimäärää ei ole olemassa. Kuluttajatuokimusten mukaan suurin osa kuluttajista voisi pitää lähiruokana noin sadan kilometrin säteellä tuotettua ruokaa, mutta moni on kuitenkin sitä mieltä, ettei kovin tarkkaa rajausta tarvita. Kuluttajat pitävät olennaisempina sitä, että lähiruoka on tuotettu suhteellisen lähellä, kuten oman maakunnan sisällä ja ettei toimitusketjuun kuulu turhia kuljetuksia tai välikäsiä. Vaikka lähiruokana pidetään yleensä peruselintarvikkeita, kuten tuoreita vihanneksia, lihaa tai kalaa, olisi myös pidemmälle jalostetuille elintarvikkeille kysyntää. Tässä tuottajien täytyisi ottaa asiakkaat osaksi tuotekehitysprosessia ja selvittää, mitä ominaisuuksia kuluttajat toivovat uusilta tuotteilta.

Paikallisuus on keskeisin ominaisuus lähiruokan käsitettä määriteltäessä, koska puhtaimmillaan lähiruoka on sellaista ruokaa, jonka tarjontaketjun kaikki toiminnot, kuten viljely, jalostus, myynti, markkinointi ja kulutus tapahtuvat paikallisesti. Tällöin lähiruokaan liittyvän liiketoiminnan myönteiset taloudelliset vaikutukset hyödyttävät nimenomaan paikallista yhteisöä, mikä on myös tärkeä piirre lähiruokan käsitteen määritelmässä. Lähiruokan määritelmään kuuluu ehdottomasti lyhyt toimitusketju. Kuluttajan valittavissa on tuotteiden hankinta suoraan

tilalta tai esimerkiksi torilta, mutta lähiruoan ollessa kyseessä tärkeintä on, ettei tuotteita kierrätetä turhaan eri varastojen kautta. Lyhyt toimitusketju on edellytyksenä useille muille ominaisuuksille, jotka liitetään lähiruokaan: muuan muassa tuotteiden tuoreudelle ja sitä kautta terveellisyydelle, alkuperän jäljitettävyydelle, joka lisää turvallisuutta sekä luottamuksen tunteelle, joka syntyy mahdollisuudesta olla yhteydessä suoraan tuottajaan.

Tutkielmani alussa esitin käsityksen, jonka mukaan lähiruoan tuottajat ja kuluttajat eivät täysin kohtaa. Epäilin, että syy on ehkä määritelmän epätarkkuudessa. Aineistostani ilmenee, että potentiaalisten asiakkaiden on tosiaan usein vaikeaa löytää sopivia lähiruoan tuottajia. Tämä koskee niin yksittäisiä kuluttajia, vähittäiskauppaa, kuin ravintoloita ja suurkeittiöitäkin. Tuottajien pitäisikin tuoda tietoa itsestään ja tuotteistaan esille paljon nykyistä aktiivisemmin. Tähän ei maaseudun tuottajilla ole useinkaan suoraan valmiuksia, mutta markkinointiin liittyvää osaamista voitaisiin kehittää koulutuksella.

Menestyäkseen tuottajien on tehtävä entistä enemmän yhteistyötä. Resursseja yhdistämällä tuottajien olisi helpompaa panostaa markkinointiin, kuten yhteiseen tuotemerkkiin ja siten parantaa alueellista tunnettuutta, tasata tuotannon vaihteluiden vaikutusta tarjontaan ja rationalisoida kuljetuksia. Lisäarvon kasvattamiseksi tuottajat voisivat myös nostaa tuotteidensa jalostusastetta tekemällä yhteistyötä. Lisäksi yhteistyö antaisi neuvotteluvoimaa muiden suurten toimijoiden kanssa asioidessa.

5.2 Itsearviointi

Koen, että saavutin tutkielmalleni asettamani tavoitteet. Tarkoituksena oli selvittää mitä lähiruoka tarkoittaa arkikielessä eri toimijoiden käyttämänä. Halusin ymmärtää mikä on lähiruoka-käsitteen pääasiallinen käyttötarkoitus ja poikkeako sen käyttö paljon toimitusketjun eri osissa. Toivoin myös pääseväni selville siitä, millainen kehitys ruokajärjestelmissämme on johtanut tarpeeseen alkaa käyttää lähiruoan käsitettä erotukseksi muusta ruoasta. Uskon löytäneeni melko tyhjentävät vastaukset näihin kysymyksiin.

Pidän tutkimusmenetelmän valintaa erittäin onnistuneena. Käsiteanalyysimalli tarjosi selkeän rakenteen, jota noudattamalla oli helppoa saada järjestykseen ja analysoida melko hajanainen aineisto. Tämän tutkielman tarpeisiin aineisto oli mielestäni tarpeeksi kattava. Olisi toki ollut mahdollista jatkaa aineiston keruuta ja etsiä vielä lisää erilaisia käsitteen käyttötapoja. Olisin voinut esimerkiksi yrittää verrata lähiruoka-käsitteeseen liitettyjen ominaisuuksien painopiste-eroja eri maiden välillä. En kuitenkaan koe, että se olisi tässä tapauksessa tarpeen. Päättävöitteenani oli ymmärtää mitä lähiruoalla tarkoitetaan tekemällä laajahkon katsauksen tällä hetkellä vallitsevista tavoista käyttää tätä käsitettä ja kokoamalla yhteen sitä parhaiten kuvaavat ominaisuudet.

5.3 Jatkotutkimusaiheet

Jatkotutkimuksia aiheesta voisi suorittaa edelleen SULOIN-projektin puitteissa. Projektin avulla pyritään kehittämään yhteistyöyritysten jakelujärjestelmiä. Koska projektiin osallistuu juuri elintarvikealan yrityksiä, voisi olla mielenkiintoista tehdä case study -tutkimus, jossa keskityttäisiin lähiruuan tarjoamiin mahdollisuuksiin näissä pyrkimyksissä. Tapaustutkimuksen avulla voitaisiin esimerkiksi etsiä lähiruuan jakeluun liittyviä mahdollisia kehityskohteita tai karottaa markkinatilannetta menekinedistämistoimien suunnittelemiseksi. Tällä tavalla lähiruokatuotteiden menestyksestä markkinoilla ja sopivuudesta erilaisiin jakelumalleihin saataisiin tuoretta ensikäden tietoa.

Toinen tutkimisen arvoinen aspekti olisi mielestäni erilaisten yhteiskunnallisten ilmiöiden ja suhdanteiden vaikutus kuluttajien ostokäyttäytymiseen. Esimerkiksi tämänhetkisen talouslamman vaikutusta kuluttajien ruokaostoksiin olisi kiinnostavaa tutkia psykologisten ja taloudellisten tekijöiden yhteisvaikutuksen ymmärtämiseksi. Kysely- tai haastattelututkimuksessa voisi laajan otoksen avulla selvittää, saavatko huonot talousnäkymät ihmiset säästämään ja kohdistuvatko nämä säästöt ruokaan. Tinkivätkö ihmiset ruoan laadusta säästääkseen rahaa vai lisäävätkö he ruoan valmistusta kotona ulkona syömisen sijaan? Ollessaan huolissaan taloudellisesta tilanteestaan, luopuvatko ihmiset lähiruoka-, luomu- ja Reilun kaupan tuotteista?

Lähteet

- Heer, I. & Mann, S. 2010. Acting under spatial restrictions: success factors of German local food-marketing networks. *British Food Journal*, 3/2010, s. 285-293.
- Henson, M. 2009. Fresh approach to local sourcing. *Logistics and Transport Focus*, 7/2009, s. 32-33.
- Hinrichs, C. C. 2000. Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies* 16/2000, s. 295-303.
- Jokinen, P. & Puupponen, A. 2006. Paikallisuus kestävän ruoantuotannon perustana? Teoksessa Mononen, T. & Silvasti, T. (toim.) *Ruokakysymys - Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*. Helsinki: Guadeamus.
- Jones, P., Comfort, D. & Hillier, D. 2004. A case study of local food and its routes to market in the UK. *British Food Journal*, 4/2004, s. 328-335.
- Kotro, J., Jalkanen, L., Latvala, T., Kumpulainen, K., Järvinen, M. & Forsman-Hugg, S. 2011. Mistä suomalainen ruokaketju voi olla ylpeä? Näkemyksiä suomalaisen ruokaketjun lisäarvotekijöistä. Jokioinen: MTT.
- Länsisalmi, H., Mynttinen, R. & Härkönen, M. (toim.) 2006. Hyvinvointia sinulle ja maakunnalle: näkökulmia lähiruokatuottajien ja kaupan yhteistyöhön. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Mononen, T. 2006. Yhteiskuntatieteellisen elintarviketutkimuksen linjoja. Teoksessa Mononen, T. & Silvasti, T. (toim.) *Ruokakysymys - Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen*. Helsinki: Guadeamus.
- Morris, C. & Buller, H. 2003. The local food sector: A preliminary assessment of its form and impact in Gloucestershire. *British Food Journal*, 8/2003, s. 559-566.
- Mäkipeska, T. & Sihvonen, M. 2010. Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Helsinki: Sitra.
- Norberg-Hodge, H. 2002. Bringing the food economy home: Local Alternatives to Global Agribusiness. Bloomfield, CT, USA: Kumarian Press.
- Nurminen, A. 2010. SULOIN - Sustainable logistics solutions through international networking. EAKR-projektihakemus. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.
- Ollila, P., Eronen K., Kiviluoma, A., Kivinen, S. & Käyhty, M. 2011. Lähiruoka: pientuottajat ja kuluttajat toisiaan etsimässä: tutkimuksia lähiruoan jakelun nykytilasta. Helsinki: Helsingin yliopisto, taloustieteen laitos.
- Paananen, J. & Forsman S. 2003. Lähiruoan markkinointi vähittäiskauppoihin, suurkeittiöihin ja maaseutumatkailuyrityksiin. Jokioinen: Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus.
- Paananen, J. & Forsman-Hugg, S. 2005. Lähi- ja luomuruoka kunnallisissa ruokapalveluissa: esiselvitys päättäjien näkemyksistä. Jokioinen: Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus.
- Pearson, D., Henryks, J., Trott, A., Jones, P., Parker, G., Dumaresq, D. & Dyball, R. 2011. Local food: understanding consumer motivations in innovative retail formats. *British Food Journal*, 7/2011, s. 886 - 899.
- Rauha, M. 2011. Lähiruoalla on tarina. *Matkailusilmä* 3/2011, s. 12-15.

Silvasti, T. 2006. Näkökulma globaaliin ruokaturvaan. Teoksessa Mononen, T. & Silvasti, T. (toim.) Ruokakysymys - Näkökulmia yhteiskuntatieteelliseen elintarviketutkimukseen. Helsinki: Guadeamus.

Laaksonen, S. 2003. Miksi lähiruoka on tärkeää kehitysmaiden ruokaturvan kannalta? Teoksessa Särs, U. (toim.) Vastuullisen kuluttajan ruokaostoskirja. Helsinki: Suomen ekumeeninen neuvosto: Kirkon ulkomaanapu (Printservice).

Tanyeri, D. 2008. Local, on a large scale. Restaurant Business, 5/2008, s. 13-14.

Walker, L. O. & Avant, K. C. 1992. Teoria - avain hoitotyöhön. Helsinki: Sairaanhoidajien koulutussäätiö.

Sähköiset lähteet

Elintarviketeollisuusliitto ry - ETL. Arvosta ja suosi suomalaista ruokaa. Viitattu 16.11.2011.
<http://www.etl.fi/www/fi/elintarviketeollisuus/arvostaruokaa.php>

FAO - Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2011. Hunger statistics. Viitattu 30.11.2011.
<http://www.fao.org/hunger/en/>

Isoniemi, M. 2005. Pienimuotoista, läheltä ja laadukasta? Lähi- ja luomuruoka kuluttajien määrittelemänä. Viitattu 19.10.2011.
http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/4698/88_2005_tyoseloste_luomu.pdf

Isoniemi, M., Mäkelä, J., Arvola, A., Forsman-Hugg, S., Lampila, P., Paananen, J. & Roininen, K. 2006. Kuluttajien ja kunnallisten päättäjien näkemyksiä lähi- ja luomuruoasta. Viitattu 27.10.2011.
http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/4888/2006_01_julkaisu_luomu.pdf

Kaupan liitto, 2011. S- ja K-ryhmä kasvattivat markkinaosuuttaan. Viitattu 11.10.2011.
http://www.kauppa.fi/ajankohtaista/uutiset/s_ja_k_ryhmae_kasvattivat_markkinaosuuttaan_20695

Nuopponen, A. 2010. Tunteet analyysissä - Hoitotieteiden käsiteanalyysi tarkastelussa Käännösteoria, ammattikielet ja monikielisyys. VAKKI:n julkaisut, N:o 37. Vaasa 2010, 245-256. Viitattu 19.10.2011.
http://www.vakki.net/publications/2010/VAKKI2010_Nuopponen.pdf

Puusa, A. 2008. Käsiteanalyysi tutkimusmenetelmänä. Viitattu 5.10.2011.
<http://www.joensuu.fi/taloustieteet/opiskelu/APuusa/premissi.pdf>

Reilun kaupan edistämisyhdistys ry, 2011. Reilun kaupan periaatteet. Viitattu 21.11.2011.
<http://www.reilukauppa.fi/index.php?7>

Ruokatieto 2010. Edelläkävijäravintolat ammentavat makuja omilta palstoiltaan. Ruokatieto 2.6.2010. Viitattu 17.11.2011.
http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/X_Uutistenhallinta.aspx?id=1169380

Ruokatieto 2011a. Kauhajoen Ruokamessuilta potkua alueen yrittäjille. Ruokatieto 5.9.2011. Viitattu 17.11.2011.
http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/X_Uutistenhallinta-2-1-palsta_uusi.aspx?id=1214745

Ruokatieto 2011b. Paikallisuus käsittelee yhteisön hyvinvointia lähiruokaa laajemmin. Ruokatieto 14.3.2011. Viitattu 17.11.2011.
<http://uutiset.ruokatieto.fi/WebRoot/1043198/sisaltosivu.aspx?id=1201326>

Ruoka-Suomi -teemaryhmä 2006. Elintarvikealan pienyrittäjyyden imagon parantaminen ja menekinedistäminen. Valtakunnallinen strategia vuosille 2007-2013. Viitattu 27.10.2011.
http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/ajank_pienyrittajyyden.pdf

Sireni, M. 2007. Vaihtoehtoista ruoantuotantoa kehittämässä. Analyysi maakunnallisista elintarvikestrategioista. Joensuu: Joensuun yliopisto. Viitattu 17.11.2011.
http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-219-088-8/urn_isbn_978-952-219-088-8.pdf

Sundberg, P. 2009. Suomen kaupan ja teollisuuden rakenne kuljetusten näkökulmasta. Turku: Turun yliopisto, Merenkulkualan koulutus ja tutkimuskeskus (Painosalama). Viitattu 31.10.2011.
<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/44985/MKKB163.pdf?sequence=1>

Syyrakki, S. 2009. Päättäjän opas. Lähituottajat ja kunnalliset ruokapalvelut. Helsinki: Star-Offset Oy. Viitattu 10.11.2011.
www.lounafood.net/Oppaat/Paattajan_opas.pdf

Vierulan tila 2010a. Tilan esittely. Viitattu 22.11.2011.
<http://www.vierulantila.fi/?s1=tilanesittely>

Vierulan tila 2010b. Vierulan tilan laaja tuotevalikoima. Viitattu 22.11.2011.
<http://www.vierulantila.fi/?s1=tuotteet>

Julkaisemattomat lähteet

Hämäläinen, S. S. 2011a. Artikkel. Hanke-esittely Kehittyvä Elintarvike -lehteen. Laurean opetusmateriaali. Viitattu 31.12.2011.

Hämäläinen, S. S. 2011b. Markkinointisuunnitelma. WP3 - Developing distribution systems. Laurean opetusmateriaali. Viitattu 28.11.2011.

Kitinprami, T. 2011. SULOIN Sustainable Logistics through International Networking. Kestäviä logistiikkaratkaisuja kansainvälisellä yhteistyöllä. Powerpoint-diat. Laurean opetusmateriaali. Viitattu 5.10.2011.

Kuviot

Kuvio 1: Tutkielman rakenne	9
Kuvio 2: Walkerin & Avantin käsiteanalyysin vaiheet	30

Taulukot

Taulukko 1: Analyysissa käytetty kirjallisuus	33
Taulukko 2: Elintarvikealan toimijoiden nimeämät lähiruokaan liittyvät ominaisuudet	40
Taulukko 3: Lähi- ja luomuruoan yhtäläisyydet ja erot	42